

SKRIPSI

**STRATEGI PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGELOLAAN PASAR
TRADISIONAL BALANG-BALANG KABUPATEN GOWA**



ARMAN

Nomor Stambuk : 105640 1734 13

PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

2019

**STRATEGI PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGELOLAAN PASAR
TRADISIONAL BALANG-BALANG KABUPATEN GOWA**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Pemerintahan

Disusun dan Diajukan Oleh

ARMAN

Nomor Stambuk: 10564 01734 13



**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa

Nama Mahasiswa : Arman

Nomor Stambuk : 105640 1734 13

Program Studi : Ilmu Pemerintahan

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Hj. Ratmawati, M.Si


Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos, M.Si

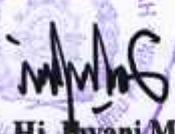
Mengetahui,

Dekan

Ketua Jurusan

Fisipol Unismuh Makassar

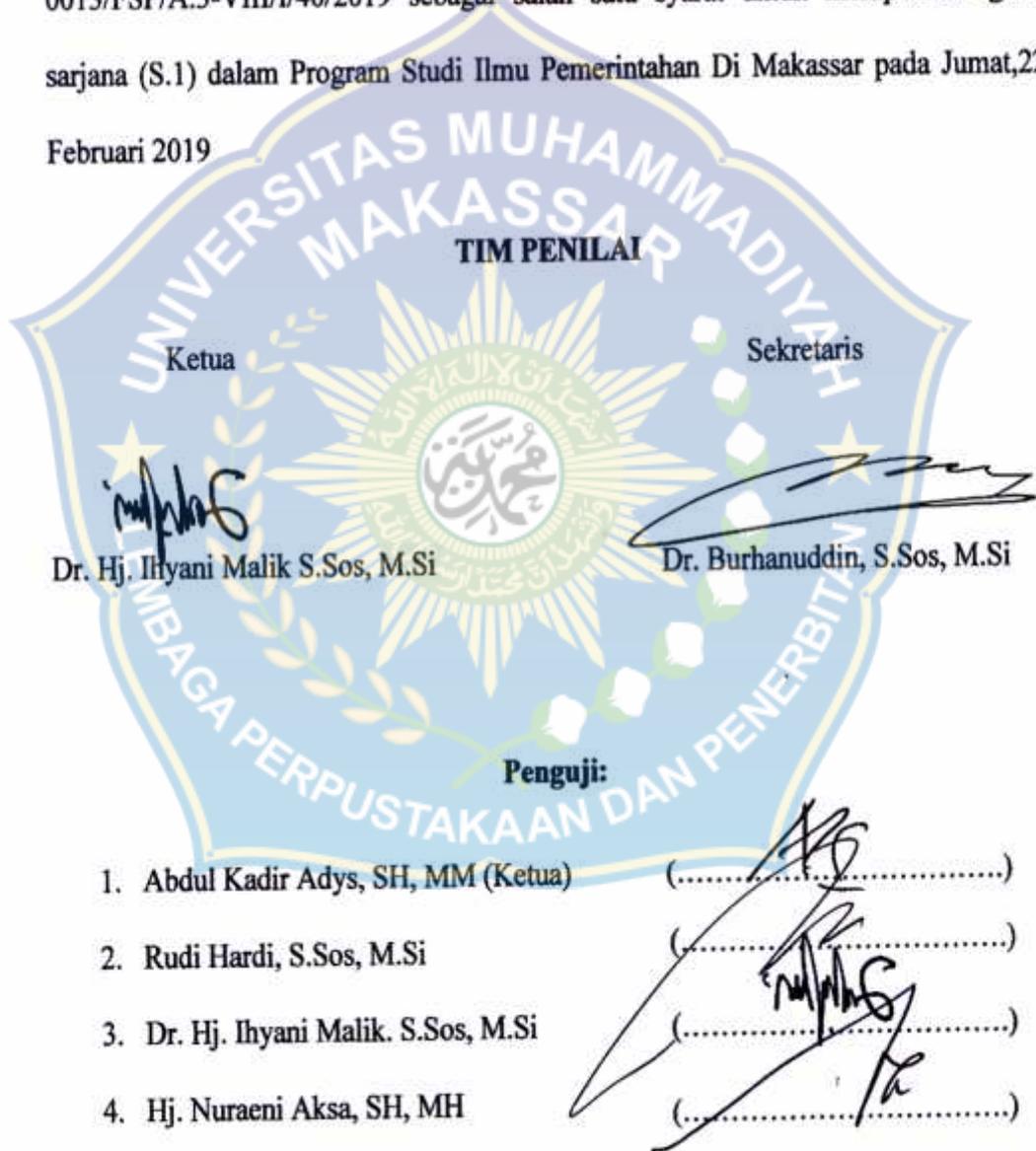
Ilmu Pemerintahan


Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos, M.Si


Dr. Nuryanti Mustari, S.IP, M.Si

PENERIMAAN TIM

Telah di terima oleh TIM penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, berdasarkan Surat Keputusan/Undangan menguji ujian skripsi dekan Fisipol Universitas Muhammadiyah Makassar, Nomor. 0013/FSP/A.3-VIII/I/40/2019 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S.1) dalam Program Studi Ilmu Pemerintahan Di Makassar pada Jumat, 22 Februari 2019



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arman

Nomor Stambuk : 105640 1734 13

Program Studi : Ilmu Pemerintahan

Menyatakan bahwa benar karya ilmiah ini adalah penelitian saya tanpa bantuan dari pihak lain atau telah ditulis/dipublikasikan orang lain atau melakukan plagiat. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku, sekalipun itu pencabutan gelar akademik.

Makassar 26 Februari 2019



ARMAN

ABSTRAK

Arman, 2018. Strategi Pemerintahan Daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa, (dibimbing oleh Fatmawati dan Ihyani Malik)

Adanya sejumlah upaya pemerintah merevitalisasi pengelolaan pasar mulai dari perubahan nama pasar tradisional menjadi pasar rakyat merupakan upaya yang perlu didukung dengan strategi yang tepat dalam hal manajemen SDM pengelola pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa dan mengetahui hal-hal yang mempengaruhi strategi pemerintah daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa.

Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Data diperoleh hasil wawancara, dan observasi kemudian dianalisis dengan melihat strategi program pemerintahan daerah dalam pengelolaan pasar Balang-Balang beserta faktor penghambat yang ditemukan dalam penelitian ini. Adapun aktifitas dalam analisis data dalam penelitian ini yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Integrasi dan Sistem Pengendalian, pada aspek ini menyoroti upaya perencanaan melalui revitalisasi pasar, rehabilitasi pasar, peningkatan sarana dan prasarana, fasilitasi, dan pendampingan seluruh kegiatan tersebut merupakan perencanaan yang terintegrasi dalam suatu program kerja yaitu program pembinaan usaha dan sarana perdagangan pasar. (2) kepemimpinan, motivasi dan sistem komunikasi menunjukkan terdapat proses interaksi pengelola pasar dengan Dinas Perindustrian Perdagangan untuk mengecek jika ada ketidaksesuaian prosedur berdasarkan kondisi yang terjadi di pasar dan bentuk komunikasi yang dinilai efektif adalah pengelola pasar mendatangi Dinas Perindustrian dan Perdagangan untuk melakukan penyetoran iuran pasar setiap minggu sekaligus pelaporan yang dilakukan menjelaskan tentang kondisi pasar dan (3) aspek manajemen sumber daya manusia menunjukkan adanya upaya meningkatkan kemampuan pengelolaan pasar maka kepala pasar diberikan pelatihan melalui Bimbingan Teknis yang bertujuan memberikan pembekalan pengetahuan dalam mengelola pasar. Kemudian faktor yang menghambat strategi pemerintah daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa perilaku masyarakat, kondisi sarana prasana, dan tidak adanya aturan tertulis yang jelas yang dapat menertibkan kondisi pasar.

Kata Kunci: Strategi Pemerintah, Pengelolaan, Pasar Tradisional

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul” **Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa**”

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Pemerintahan Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu **Dr. Hj Fatmawati, M.Si** selaku Pembimbing I dan Ibu **Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos, M.Si** selaku Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan. Selain itu penulis juga tak lupa mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof Dr. H. Abdul Rahman Rahim , SE, MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Ibu Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

3. Ibu Dr.Nuryanti Mustari, S.IP, M.Si selaku ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak dan Ibu Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam urusan administrasi dikampus.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar yang memberikan dorongan dan motivasi dalam kelancaran penulisan skripsi.
6. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa dan seluruh jajarannya meluangkan waktunya memberikan informasi dan data selama penelitian.
7. Kepala Pasar Balang-Balang Kabupaten Gowa yang telah memberikan data informasi selama penulis melaksanakan penelitian
8. Teruntuk yang paling kusayangi dan cintai kedua orang tua saya yakni Bapak Ambo dan Ibu Malika yang telah merawat, membimbing, mendidik dan membiayai anaknya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dan yang selalu menjadi motivasi penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk saudara dan saudari saya yaitu Asniati & Arfan yang telah memberikan semangat dan doa yang tulus kepada penulis.
10. Teman-teman mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, terkhusus untuk kelas Nonreg Ilmu Pemerintahan angkatan 2013 yang telah memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat di selesaikan oleh penulis.

11. Buat saudara seperjuangan saya yang tersayang yakni Idha ayu Kusumawardani S.IP, Hanjaya dan Yulianti j yang setiap saat menemani saya dikampus dan yang telah memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
12. Buat semua teman-teman dan sahabat-sahabat yang telah memberikan motivasi dan semangat dalam menyusun penulisan skripsi.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan, dan semoga Allah SWT memberikan pahala yang melimpah atas segala kebaikan kita semua, Amin.

Makassar, 26 Februari 2019

Arman

DAFTAR ISI

Halaman Pengajuan Skripsi.....	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Penerimaan Tim	iii
Halaman Pernyataan Keaslian Ilmiah	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	
Daftar Gambar	

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah	6
3. Tujuan Penelitian	6
4. Manfaat Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Strategi Pemerintah Daerah	8
B. Konsep Pemerintah Daerah.....	16
C. Konsep Analisis SWOT.....	20
D. Konsep dan Jenis Pasar	25
E. Konsep Pasar Tradisional.....	31
F. Kerangka Pikir	36
G. Definisi Operasional	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian	40
B. Jenis Dan Tipe Penelitian	40
C. Sumber Data	41
D. Informan Penelitian.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Tekhnik analisis Data.....	43
G. Pengabsahan Data	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian	46
B. Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa.....	71
C. Faktor yang mempengaruhi Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa	86

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan93
B. Saran.....94

DAFTAR PUSTAKA95

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Gambar 1 Data Informan.....	42
Gambar 2 Data Pegawai Dinas Perdagangan dan Perindustrian	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 Bagan Kerangka

Pikir.....26



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar merupakan suatu unit usaha yang memiliki peran strategi atas jalannya jaringan distribusi dari produsen ke konsumen yang membutuhkan suatu produk. Pasar adalah semua penjual dan pembeli yang melakukan transaksi baik penjualan ataupun pembelian berupa barang atau jasa, pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli, baik berupa orang maupun kumpulan orang yang memiliki dan kebutuhan serta mempunyai kemauan untuk membayar guna memenuhi kebutuhannya, dengan demikian pasar dapat dikatakan sebagai penyedia langsung kebutuhan harian masyarakat dan berbagai interaksi didalamnya yang melibatkan unsur pemerintah, swasta dan masyarakat (pedagang dan pembeli) kondisi ini menegaskan bahwa pasar merupakan salah satu distributor yang cukup signifikan bagi pelaksanaan pembangunan di daerah karena melalui retribusi yang dihasilkan bisa menambah pendapatan daerah.

Pesatnya pembangunan pasar modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Di satu sisi, pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap disisi lain, pasar tradisional masih berkaitan dengan masalah klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja. Pasar modern dan pasar tradisional bersaing dalam pasar yang sama, yaitu pasar ritel. Hampir semua produk yang dijual di pasar tradisional seluruhnya dapat ditemui di pasar modern,

khususnya hipermerket. Meskipun demikian, argumen yang mengatakan bahwa kehadiran pasar modern merupakan penyebab utama tersingkirnya pasar tradisional tidak seluruhnya benar. Hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih bergelut dengan masalah internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan prasarana pasar yang sangat minim, menjamurnya pedagang kaki lima (PKL) yang mengurangi pelanggan pedagang pasar, dan minimnya bantuan permodalan yang tersedia bagi pedagang tradisional. Keadaan ini tidak secara langsung menguntungkan pasar modern.

Salah satu upaya yang pemerintah lakukan untuk memberikan perlindungan dan pemberdayaan pasar tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa adalah dengan melakukan revitalisasi, ini merupakan salah satu bentuk perkembangan pasar tradisional, dalam hal ini pengembangan pembangunan pasar baru dan pengelolaan pasar. Hal ini tertuang dalam kebijakan pemerintah melalui Pepres, dan Permendag. Kebijakan adalah apa-pun yang dipilih pemerintah untuk dilakukan dan tidak dilakukan (Dye, 2008). Dalam Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 dalam rangka pembinaan pasar tradisional, pemerintah daerah: (a) mengupayakan sumber-sumber alternatif untuk pemberdayaan pasar tradisional sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, (b) meningkatkan kompetensi pedagang dan pengelola pasar tradisional. Program revitalisasi pasar ini ditujukan untuk memberdayakan pasar tradisional dan menciptakan pasar tradisional yang bersih, sehat, aman, tertib, jujur, ramah lingkungan serta dapat meningkatkan daya saing. Indikator pengelolaan pasar yang berhasil menurut Menteri perdagangan RI (2008), yaitu: manajemen

transparan, keamanan, sampah, ketertiban, pemeliharaan, pasar sebagai sarana/fungsi interaksi sosial, pemeliharaan pelanggan, produksi pasar cukup tinggi, event promosi dan hari pelanggan.

Perbaikan kondisi fisik pasar meliputi bangunan pasar, dan seluruh fasilitas di dalamnya, sedangkan perbaikan non-fisik dapat berubah pengelolaan pasar, pengaturan kebijakan, serta penyuluhan kepada pedagang pasar tradisional mengenai kebijakan yang telah diambil oleh pemerintah untuk mengatur pasar tradisional dan pasar modern seperti yang telah ditetapkan pada Perpres No.112/2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, sedikit banyak telah membatasi pembangunan pasar modern, akan tetapi kemampuan pasar tradisional untuk kembali bangkit dan menarik kembali konsumennya masih kurang, menjaga agar pasar tradisional dapat memiliki daya tarik yang bertahan dengan semakin berkembangnya pasar modern, dibutuhkan suatu arahan penataan fisik yang dapat digunakan sebagai arahan perbaikan kondisi pasar tradisional. Arahan penataan fisik pasar tradisional yang dibuat perlu didasarkan pada kebutuhan masyarakat agar dapat lebih tepat sasaran.

Besarnya pendapatan retribusi pasar yang ditarik oleh pihak pengelola pasar setiap bulannya dari pedagang seharusnya dapat memberikan fasilitas dan layanan yang maksimal bagi para pedagang. Pelayanan tersebut yaitu dengan adanya pelaksanaan kegiatan penataan dan pemanfaatan sarana dan prasarana pasar, pelaksanaan dan pemeliharaan kebersihan bangunan pasar dan fasilitas lainnya di lingkup pasar, pelaksanaan perbaikan dan pemeliharaan bangunan pasar,

dan fasilitas lainnya. Pelaksanaan bimbingan dan penyuluhan kepada para pedagang untuk menjaga kebersihan, keamanan, dan kenyamanan pasar. Pasar tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa seharusnya mendapat pelayanan tersebut dan mendapatkan perbaikan-perbaikan guna menjadi pasar yang aman, nyaman dan bersih baik bagi pengunjung/pembeli maupun bagi pedagang itu sendiri.

Menurut Glueck dan Jauch dalam Sedarmayanti (2014) Strategi merupakan rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi pemerintah daerah dengan tantangan lingkungan, dirancang untuk memastikan tujuan utama dari program pemerintah daerah sehingga dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi ataupun pemerintahan daerah. Untuk menilai implementasi strategi program pemerintah daerah maka Higgins dalam Salusu (2006) menjelaskan dasar penilaian dalam kesuksesan strategi pemerintah daerah yaitu: 1. Perencanaan Integral dan Sistem Pengendalian, 2. Kepemimpinan, Motivasi dan Sistem, 3. Manajemen Sumber Daya Manusia dan Kultur Organisasi.

Permasalahan yang terjadi pada pengelolaan pasar tradisional Balang-balang di kabupaten Gowa yang berdiri tepat di depan jalan poros ini, sering kali membuat jalur kendaraan yang dari Sungguminasa – Malino tersendat dan bahkan menimbulkan kemacetan yang sangat luar biasa ini membuktikan tidak adanya perencanaan dan strategi yang matang terkait dengan hal tersebut yang semestinya dapat diantisipasi sejak awal (Tribun Timur, 2015). Bukan hanya itu saja fungsi lahan pun tidak sesuai dengan apa yang telah direncanakan dimana

pelataran depan pasar yang seharusnya digunakan sebagai tempat parkir kendaraan milik pedagang maupun pengunjung, malah beralih fungsi sebagai tempat berjualan para pedagang dengan menjual barang campuran, sayuran, hingga ikan. Ini mengidentifikasi bahwa adanya hal yang tidak sesuai dengan perencanaan atau fungsi dari pasar tradisional itu sendiri, kami pemerintah daerah telah melakukan tindakan yang tegas, namun hal tersebut masih terjadi hingga saat ini, bahkan kami telah menjalin hubungan dengan Dinas Perhubungan untuk melakukan penertiban jalan tapi kemacetan masih sering terjadi apalagi pada saat hari pasar berlangsung (Dinas Prindustrian dan Perdagangan Kab. Gowa, 2017).

Adapun penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yaitu Azis (2017) dimana melakukan penelitian terkait Implementasi Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan Pasar Tradisional di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa menunjukkan bahwa dari tiga indikator yaitu lokasi pasar tradisional mengacu tata ruang wilayah/Kota, dan rencana detail Tata Ruang Kabupaten/Kota, termasuk peraturan zonasinya lokasi pendirian pasar tradisional yang strategis pusat perdagangan dengan segmen pasar yang sama tidak boleh terlalu berdekatan, Pendirian pasar tradisional dilakukan dengan melakukan revitalisasi sarana dan prasarana fisik, tata ruang wilayah, budaya maupun sosial masyarakat setempat, penyediaan Area Parkir belum optimalnya penyediaan areal parkir dan akan berakibat kesulitan untuk pengadaan fasilitas parkir sedangkan Magsaba (2013) meneliti mengenai Perubahan Teknologi Tradisional Menjadi Teknologi Modern dalam Pertanian Sawah Padi di Kabupaten Gowa menunjukkan bahwa masyarakat petani dipedesaan telah, sedang dan akan

mengalami peningkatan nilai rasionalitas dan kekuasaan. Sementara itu, nilai adat-istiadat, kepercayaan, solidaritas dan gotong-royong mengalami pelunturan/penurunan. Dengan demikian, nilai-nilai yang dianggap luntur itu pada dasarnya mengalami peningkatan, tetapi lambat. Berbeda halnya dengan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi modern, nilai ekonomi mengalami peningkatan pesat dalam bidang pertanian.

Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis sangat tertarik untuk mencoba meneliti dan mendiskripsikan masalah dengan mengambil judul **“Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah di kemukakan diatas, maka peneliti ini berusaha seoptimal mungkin untuk mengkaji masalah dengan batasan:

1. Bagaimana Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa?
2. Faktor apa yang mempengaruhi strategi pemerintah daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan disiplin ilmu peneliti, maka peneliti yang dilaksanakan berdasarkan atas bidang ilmu pemerintahan, dan terkhusus membahas masalah

“Strategi Pemerintah Daerah Kabupaten Gowa dalam Pengelolaan Pasar Tradisional”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Bagaimana Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa.
2. Untuk mengetahui hal-hal yang mempengaruhi strategi pemerintah daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian Dari hasil penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan sebagai berikut:

- a. Penelitian ini akhirnya dapat berguna bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Gowa agar bisa meningkatkan strateginya terutama dalam pengelolaan pasar tradisional.
- b. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan dan melanjutkan pada ruang lingkup yang lebih luas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Strategi Pemerintah Daerah

Rangkuti (dalam Handayani, 2017: 6) mengatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Dalam hubungannya dengan perencanaan strategis mempunyai tujuan agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Sedangkan David (dalam Handayani, 2017: 6) mengemukakan bahwa strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi merupakan pengurangan beberapa jenis aset baik dalam bentuk finansial atau barang dan *joint venture* yang merupakan kerja sama antara dua sektor atau lebih yang berasal dari perusahaan dalam negeri dengan perusahaan asing.

Menurut Glueck dan Jauch dalam Sedarmayanti (2014: 2) Strategi merupakan rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, dirancang untuk memastikan tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Menurut Ketchen dalam Sedarmayanti (2014:2) mengemukakan manajemen strategi sebagai analisis, keputusan, keputusan, dan

aksi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Manajemen strategi dalam perusahaan berkaitan dengan proses yang berjalan yaitu analisis, keputusan, dan tindakan. Manajemen strategi berkaitan dengan bagaimana manajemen menganalisis sasaran strategi (visi, misi, tujuan) serta kondisi internal dan eksternal yang dihadapi yang kemudian menghasilkan keputusan strategi.

Tipe-tipe strategi yang dikemukakan oleh Kotten (dalam Syamsuriyadi, 2017:3-4). Kotten membagi strategi berdasarkan tipenya sebanyak 4 tipe. Adapun tipe-tipenya adalah Strategi Organisasi (*Corporate Strategy*) yaitu dalam strategi organisasi, sebuah strategi dirumuskan melalui visi dan misi suatu pemerintah daerah atau instansi yang dituangkan ke dalam suatu program atau kegiatan-kegiatan organisasi atau pemerintahan daerah, Strategi Program (*Program Strategy*) yaitu strategi program ini lebih memberikan perhatian kepada implikasi-implikasi strategi dari suatu program. Adapun aspek-aspek yang dapat dilihat dari strategi program ini adalah dimana strategi yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah atau instansi akan memberikan dampak positif baik terhadap instansi maupun masyarakat, atau malah sebaliknya. Strategi Pendukung Sumber Daya (*Resource Support Strategy*) yaitu strategi pendukung sumber daya merupakan suatu strategi yang memanfaatkan segala sumber daya yang ada dalam sebuah pemerintah daerah atau instansi. Dan Strategi Kelembagaan (*Institutional Strategy*) yaitu Dalam strategi kelembagaan ini, kekuatan strategi dari suatu instansi terhadap suatu masalah terletak pada bagaimana instansi tersebut dapat memanfaatkan semaksimal mungkin unsur-unsur kelembagaan (aturan, SOP,

tanggung jawab serta kewenangan) yang dimilikinya untuk dapat mendukung pelaksanaan dari suatu kegiatan. Empat tipe strategi menurut Kotten yang dijabarkan tersebut merupakan beberapa bentuk dari aktivitas strategi yang dapat dilakukan.

Menurut Mintzberg dan Walters dalam Heene (2010:60) tipe strategi ada delapan tipe dalam organisasi atau pemerintahan daerah, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi yang terencana

Strategi ini merupakan keluaran dari perencanaan formal dirumuskan dan di distribusikan oleh manajemen tingkat atas, yang menjaga kesinambungan implementasi dalam lingkungan yang terkendali dan teramalkan melalui sarana prosedur pengendalian formal.

2. Strategi Intrapreneur

Strategi ini merupakan keluaran dari visi yang terpusat, yang kadang kala berasal dari gagasan satu atau beberapa manajer dan yang dapat disesuaikan dengan peluang-peluang baru. Pemimpin atau manajer tersebut melaksanakan pengendalian pribadi terhadap organisasi.

3. Strategi Ideologi

Strategi merupakan keluaran dari nilai-nilai kemasyarakatan yang secara normatif diperkuat dan dikendalikan melalui sosialisasi dan indroktinasi. Ada kalanya organisasi bereaksi secara proaktif berkenaan dengan perubahan lingkungan.

4. Strategi Payung

Strategi ini merupakan keluaran dari suasana penuh keterbatasan, dimana manajemen tingkat atas hanya mempunyai wewenang terbatas untuk mengendalikan organisasi, mendefinisikan strategi aturan main, yang hanya disimpulkan dari prakiraan-prakiraan sasaran yang bersifat umum. Ciri khas strategi ini yaitu dapat diterapkan pada lingkungan kompleks yang sulit untuk diramalkan.

5. Strategi Proses

Strategi ini merupakan keluaran dari suatu proses, dimana manajemen tingkat atas mengawasi semua proses strategi tersebut (mencari anggota, penataan struktur) dan mendelegasikan elemen-elemennya pada pelaku lain dalam organisasi.

6. Strategi Parsial

Strategi ini muncul menjadi bagian-bagian kecil, dimana para pelaku dalam organisasi mengembangkan sendiri pola-pola tertentu dalam aktivitas mereka dikarenakan ketiadaan suatu strategi terpusat atau keadaan yang berlawanan dengan ketentuan terpusat yang berlaku.

7. Strategi Konsensus

Strategi ini muncul dari kesepakatan melalui upaya saling pengertian, dimana para pelaku organisasi saling menyesuaikan pola yang mereka kembangkan, dikarenakan oleh ketiadaan ketentuan terpusat atau yang lebih mengikat.

8. Strategi Pendukung

Strategi ini merupakan keluaran dari dinamika lingkungan, dimana lingkungan mendikte pola-pola tertentu dalam aktivitas organisasi. Lingkungan secara langsung menggiring strategi organisasi atau secara tidak langsung membatasi melalui pemilihan alternatif yang berbeda.

Menurut Hunger dan Wheelen (2003:22) dalam perumusan strategi ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam organisasi terutama pemerintahan daerah yaitu sebagai berikut.

1. Misi

Misi adalah tujuan atau alasan mengapa organisasi hidup. Misi yang disusun dengan baik dengan mendefinisikan tujuan dasar.

2. Tujuan

Tujuan adalah hasil akhir aktifitas perencanaan. Tujuan merumuskan apa yang akan diselesaikan dan kapan akan diselesaikan.

3. Strategi

Merupakan rumusan perencanaan komperhensif tentang bagaimana perusahaan/ pemerintahan daerah akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompeteti dan meminimalkan keterbatasan bersaing.

4. Kebijakan

Kebijakan menyediakan pedoman luas dan jelas untuk pengambilan keputusan organisasi secara keseluruhan.

Menurut Higgins dalam Salusu (2006:435) ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam implementasi strategi program pemerintahan daerah yaitu sebagai berikut.

1. Perencanaan Integral dan Sistem Pengendalian

Sasaran yang ingin dicapai oleh strategi, dijabarkan secara rinci, maka dari itu dibuatkan perencanaan antara dan perencanaan operasional. Perencanaan antara (program) adalah penghubung antara sasaran-sasaran strategi dan perencanaan operasional. Program ini mencakup ruang lingkup yang cukup luas, waktu yang memadai, cukup komprehensif dan memiliki rincian detail. Perencanaan operasional adalah menerjemahkan perencanaan antara ke dalam rencana yang pasti yaitu kegiatan yang memberi hasil yang diinginkan. Anggaran yang merupakan kunci dari keberhasilan perencanaan operasional, biasanya disebut rencana operasional keuangan dan rancangan pembiayaan.

2. Kepemimpinan, Motivasi dan Sistem

Komunikasi gaya kepemimpinan memegang peranan sentral dalam menggerakkan karyawan menuju sukses. Para manajer hendaknya mampu memberikan motivasi kepada jajaran kepegawaian jika ingin maju. Selain itu sistem komunikasi yang dimiliki harus baik guna mencapai tujuan yang ingin dicapai.

3. Manajemen Sumber Daya Manusia dan Kultur Organisasi

Komponen implementasi biasanya ditangani oleh bagian personalia dalam organisasi yang memiliki dua fungsi utama. Pertama, menempatkan

karyawan yang sekaligus mencakup perencanaan personil, perekrutan, saringan, pelatihan dan orientasi. Kedua, berfungsi apabila karyawan sudah mulai bekerja yang mencakup pelatihan dan pengembangan, penyediaan kompensasi dan motivasi, jaminan kesehatan dan keselamatan kerja, evaluasi dan pengendalian, perbaikan produktivitas dan perbaikan komunikasi dalam organisasi.

Pendapat dari beberapa ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi memiliki tipe-tipe yang merupakan bagaimana strategi tersebut memusatkan pada sasaran-sasaran yang akan dituju dan bagaimana cara untuk terlaksananya program-program strategi dalam implementasi kegiatan yang telah disepakati untuk mencapai tujuan organisasi.

Sedangkan untuk mengukur Strategi pemerintah daerah agar dapat berjalan secara efektif dan efisien dapat dilakukan dengan menggunakan indikator sebagai berikut (Indarwati, 2013: 15-16):

1. Tujuan dan sasaran, perlu dipahami tujuan berbeda dengan sasaran. Tujuan adalah keinginan yang hendak dicapai di waktu yang akan datang, yang digambarkan secara umum dan relative tidak mengenal batas waktu, sedangkan sasaran adalah pernyataan yang mengarah pada kegiatan untuk mencapai tujuan, sehingga lebih terikat dengan waktu, dapat diukur dan dapat dihitung.
2. Lingkungan, suatu organisasi tidak dapat hidup terisolasi, organisasi akan senantiasa berinteraksi dengan lingkungannya.

3. Kemampuan internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan organisasi harus dapat terlihat secara jelas.
4. Pembuat strategi, merupakan elemen yang penting menyangkut siapa yang kompeten dalam menyusun strategi.
5. Komunikasi, strategi akan berhasil melalui komunikasi yang baik dan lancar.

Menurut Claire A. Gunn (dalam Hidayat, 2011: 36) dalam perkembangannya strategi sangat ditentukan oleh perencanaan strategis dalam pelaksanaan program pemerintah daerah yaitu:

1. Mampu meningkatkan pertumbuhan yang berkualitas, membutuhkan perubahan-perubahan yang membangun, disamping pengembangan lokasi yang potensial untuk mengembangkan kualitas atraksi yang dapat dijual.
2. Memiliki peranan penting dari kegiatan promosi, kebijakan tersebut harus didukung oleh penelitian.
3. Memerlukan kerjasama publik dan privat agar segala harapan *stakeholders* bisa terpenuhi.
4. Kebijakan regional dan lokal harus dapat memperkuat semua perencanaan dalam mendukung pembangunan program.
5. Kebijakan regional dan lokal harus dapat merangsang usaha (bisnis) untuk memberikan sumbangsinya kepada pembangunan daerah.
6. Kebijakan harus dapat menghubungkan bisnis dengan pemerintah.

B. Konsep Pemerintah Daerah

Pengertian Pemerintah Daerah Secara etimologi kata pemerintah berasal dari kata “perintah” yang kemudian mendapat imbuhan “pe” yang menjadi kata “pemerintah” yang berarti badan atau organ elit yang melakukan pekerjaan mengurus suatu negara. Secara ilmiah, pengertian dari pemerintah dapat dibedakan dalam dua pengertian yaitu pemerintah sebagai organ (alat) negara yang menjalankan tugas (fungsi) dan perintah sebagai fungsi dari pemerintah. Istilah pemerintah dalam organ dapat pula dibedakan antara pemerintah dalam arti luas dan pemerintah dalam arti sempit. Pemerintah dalam arti luas adalah semua organ negara dan pemerintah dalam arti sempit adalah kekuasaan yang dimiliki oleh lembaga eksekutif (Fauzi, 2015: 16).

Pemerintah merupakan pemangku jabatan (pejabat = *ambtsdrager*), pemerintahan (untuk menjalankan wewenang atau kekuasaan yang melekat pada lingkungan jabatan-jabatan). Penggunaan kata *government* (pemerintah) dalam bahasa Inggris juga sering menimbulkan kesalah pahaman. Banyak orang yang tidak menyadari bahwa kata tersebut mengandung dua arti, yaitu arti luas yang mengartikan bahwa pemerintah adalah pemerintah di bidang legislatif, yudikatif, dan sebagainya. Sedangkan dalam arti sempit, pemerintah adalah pemangku jabatan sebagai pelaksana kekuasaan eksekutif atau secara lebih sempit pemerintah sebagai penyelenggara administrasi Negara (Asshiddiqie, 2014: 210).

Pembentukan pemerintah daerah sesuai dengan Pasal 18 UUD 1945 yang dalam hal ini menjadi dasar dari berbagai produk peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai pemerintah daerah. Pengertian pemerintah daerah

menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, seperti yang tercantum pada Pasal 1 yang berbunyi “Pemerintah daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah dan DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.” Pemerintah adalah organ yang berwenang memproses pelayanan publik dan berkewajiban memproses pelayanan civil bagi setiap orang melalui hubungan pemerintahan, sehingga setiap anggota masyarakat yang bersangkutan menerimanya pada saat yang diperlukan sesuai dengan tuntutan (harapan) yang di perintah. Dalam hubungan itu sah (legal) dalam wilayah Indonesia, berhak menerima layanan civil tertentu dan pemerintah wajib melayaninya.

Pemerintah Daerah merupakan aparat di daerah yang langsung berhubungan dengan masyarakat. Yang dimaksud dengan pemerintah daerah adalah Gubernur, Bupati, atau Walikota dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah. Pemerintah Daerah Provinsi dan Daerah Kabupaten dan Kota. Adanya desain konstruksi terkait distribusi urusan pemerintahan telah secara definitif dituangkan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 yang menyatakan, Pemerintahan Daerah Provinsi, Daerah Kabupaten, dan Kota mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan. Pengaturan tersebut kemudian memberikan kejelasan bahwa pelaksana urusan pemerintahan adalah

Provinsi dan Kabupaten/Kota, selain tentu saja Kementerian Negara (Putri, 2017:1).

Pembagian wewenang dalam penyelenggaraan pemerintahan pusat dan daerah menandakan adanya hubungan pemerintah pusat dan daerah. Hubungan pemerintah pusat dan daerah telah melalui berbagai model dan bentuk sesuai regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah sebagai dasar penyelenggaraan pemerintahan di daerah, yaitu dengan ditetapkannya undang-undang yang mengatur tentang kewenangan pemerintah daerah. Model hubungan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah secara teoritis menurut Clarke dan Sttewart (Huda, 2012:12) dapat dibedakan menjadi tiga yakni :

1. *The Relative Autonomy Model*

Memeberikan kebebasan yang relatif besar kepada pemetintah daerah dengan tetap menghormati eksistensi pemerintah pusat. Penekanannya adalah pada pemberian kebebasan bertindak bagi pemerintah daerah dalam kerangka kekuasaan/tugas dan tanggung jawab yang telah dirumuskan oleh peraturan perundangan.

2. *The Agency Model*

Model dimana pemerintah daerah tidak mempunyai kekuasaan yang cukup berarti sehingga keberadaannya terlihat lebih sebagai agen pemerintah pusat yang bertugas untuk menjalankan kebijaksanaan pemerintah pusatnya. Karenanya pada model ini berbagai petunjuk rinci dalam peraturan perundang-undangan sebagai mekanisme kontrol sangat

menonjol. Pada model ini pendapatan asli daerah bukanlah hal penting dan sistem keuangan daerahnya didomisili oleh bantuan dari pemerintah pusat.

3. *The Interaction Model*

Merupakan suatu bentuk model di mana keberadaan dan peran pemerintah daerah ditentukan oleh interaksi yang terjadi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah.

Menurut pandangan Schendel Charles Hofer, Higgins (dalam Natsir, 2015: 15-17) bahwa ada empat tingkatan strategi yang dapat mengukur keberhasilan strategi pemerintah daerah dimana secara keseluruhan disebut master strategi yaitu:

1. *Enterprise Strategy* (Strategi Hubungan Relasi)

Strategi ini berkaitan dengan respon masyarakat. Setiap organisasi mempunyai hubungan dengan masyarakat. Masyarakat merupakan lingkungan eksternal yang mempunyai tuntutan terhadap organisasi sehingga pembuat strategi harus memperhitungkan masyarakat dalam pembuatan strategi. Jadi, dalam strategi ini terlihat relasi yang kuat antara organisasi dan masyarakat selama interaksi dengan masyarakat menguntungkan organisasi. Strategi ini juga menampakkan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk member pelayanan yang baik kepada masyarakat.

2. *Corporate Strategy* (strategi organisasi)

Strategi ini berhubungan dengan misi organisasi jadi biasa disebut *grandstrategy* yang meliputi bidang yang digeluti organisasi. Strategi ini

bukan hanya didunia bisnis sebab ini menyangkut organisasi jadi setiap organisasi baik publik maupun bisnis harus memiliki strategi yang setingkat perusahaan atau lembaganya. Karena setiap organisasi pasti ingin lebih baik dari organisasi lain sehingga membutuhkan strategi yang baik untuk organisasinya.

3. **Business Strategy** (Strategi Bisnis)

Pada tingkat ini, biasanya dalam organisasi bisnis lebih bawah dari *corporate strategy* jadi strategi ini bisa penjabaran dari *corporate strategy* bisa juga strategi dari unit usaha atau perusahaan. Strategi ini biasanya memusatkan perhatian pada keunggulan kompetitif. Namun jika ditarik keorganisasi publik maka strategi ini memusatkan pada keunggulan komparatif yaitu “lakukan apa yang orang lain tidak atau belum lakukan. Atau kerjakanlah lebih baik dan lebih sempurna daripada orang lain laksanakan.

4. **Functional strategy** (Strategi Fungsional)

Strategi ini merupakan pendukung dan penunjang suksesnya strategiyang lain fungsi ekonomi, fungsi manajemen yang baik, serta fungsi control terhadap lingkungan.

C. Konsep Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti dalam Ramadhan, 2017: 4). Matriks SWOT merupakan *matching tool* yang penting untuk membantu mengembangkan empat tipe strategi yaitu sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*), strategi menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan.
2. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*), strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang perusahaan.
3. Strategi ST (*Strength-Threat*), melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal.
4. Strategi WT (*Weakness-Threat*), strategi ini merupakan teknik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman.

Salah satu cara untuk menggambarkan analisis SWOT secara lebih detail adalah dengan menggunakan diagram ETOP (*Environmental Threat Opportunity*) dan SAP (*Strategy Advantage Profile*).

1. Analisis SAP merupakan tehnik untuk membandingkan faktor kunci sukses pada perusahaan yang dimasuki dan atas dasar itu kemudian diterjemahkan ke dalam manajemen perusahaan.

2. Analisis ETOP membahas mengenai profil ancaman dan peluang yang berasal dari lingkungan luar perusahaan. Analisis ETOP berupaya untuk menggambarkan lingkungan bisnis yang dimasuki perusahaan dengan melihat seberapa menariknya perusahaan itu dan akan dinyatakan dalam derajat peluang serta tingkat ancaman yang muncul. Analisis ini menggambarkan juga lingkungan bisnis yang dimasuki perusahaan dengan melihat seberapa menariknya industri

dan dinyatakan dalam derajat peluang (dalam matrik EOE) dan seberapa besar derajat ancaman (dalam matriks ETE) yang muncul.

1. Analisis EOE (*Environmental Opportunity Element*) Kondisi ini memungkinkan perusahaan untuk berhasil apabila mengembangkan diri dalam *industry* dan memanfaatkan peluang lingkungan yang menarik.
2. Analisis ETE (*Environmental Threat Element*) Kondisi ini memungkinkan perusahaan untuk berhasil apabila dalam menghadapi ancaman lingkungan *industry*, dilakukan dengan sedemikain rupa sehingga ancaman tersebut dapat di antisipasi dengan kekuatan internal yang dimiliki.

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan atau *Strengths*, kelemahan atau *Weaknesses*, peluang atau *Opportunities*, dan ancaman atau *Threat*, dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Dan dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya. Suryatama (2014:29). Analisis SWOT menurut Kotler (dalam Hartanto, 2015: 3) adalah identifikasi berbagai faktor yang disusun secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat menganalisis kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*). Analisis SWOT berpedoman pada 2 konsep dasar bahwa dalam perusahaan terdapat dua titik pandang yang harus selalu diperhatikan oleh pihak manajemen, yaitu bidang-bidang yang pada dasarnya berada pada kendali manajemen yang harus selalu di

siasati, serta bidang-bidang yang berada diluar jangkauan manajemen, akan tetapi memiliki dampak terhadap kinerja manajemen.

Perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT. Rangkuti (2014:19). Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT atau disebut juga dengan matriks TOWS. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan *alternative* strategis.

1. Strategi SO Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada, serta menghindari ancaman (Rangkuti, 2014:84).

Adapun analisis dalam analisis SWOT (Cahyono, 2016: 130-131) adalah sebagai berikut:

a. Analisis Internal Meliputi:**1) Analisis Kekuatan (*Strenght*)**

Strenght atau kekuatan adalah situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan dari perusahaan. Strenght merupakan faktor internal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor pendukung dapat berupa teknologi, sumber daya, keahlian, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki atau kelebihan lain yang mungkin diperoleh berkat sumber keuangan, citra, keunggulan dipasar, serta hubungan baik antara *buyer* dengan *supplier*.

2) Analisis Kelemahan (*Weaknesses*)

Weaknesses atau kelemahan adalah kegiatan-kegiatan yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan tetapi tidak dimiliki oleh perusahaan. Kelemahan itu terkadang lebih mudah dilihat dari pada sebuah kekuatan, namun ada beberapa hal yang menjadikan kelemahan itu tidak diberikan solusi yang tepat dikarenakan tidak dimaksimalkan kekuatan yang sudah ada. *Weaknesses* merupakan faktor internal yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor penghambat dapat berupa fasilitas yang tidak lengkap, kurangnya sumber keuangan, kemampuan mengelola, keahlian pemasaran, dan citra perusahaan.

b. Analisis Eksternal:**1) Analisis Peluang (*Oppurtunity*)**

Oppurtunity atau peluang adalah faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk

memanfaatkannya. *Opportunity* merupakan faktor eksternal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor eksternal yang mendukung dalam pencapaian tujuan dapat berupa perubahan kebijakan, perubahan teknologi, perkembangan ekonomi dan perkembangan hubungan *supplier* dan *buyer*.

2) Analisis Ancaman (*Threat*)

Threat atau ancaman adalah faktor negatif dari lingkungan yang memberikan hambatan bagi berkembangnya atau berjalannya sebuah perusahaan. Ancaman ini adalah hal yang terkadang selalu terlewatkan dikarenakan banyak yang ingin mencoba untuk kontroversi atau melawan arus. Namun, pada kenyataannya tersebut lebih banyak layu sebelum berkembang. *Threat* merupakan faktor eksternal yang menghambat perusahaan mencapai tujuannya.

D. Konsep dan Jenis Pasar

Menurut W.J. Stanton (dalam Rusham, 2016:156), pasar merupakan sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja (*disposable income*) serta kemauan untuk membelanjakannya. Dalam perspektif sosial budaya, pasar merupakan tempat berlangsungnya interaksi sosial lintas strata. Dikotomi tradisional dan modern yang dikenakan terhadap jenis pasar bersumber dari pergeseran pemaknaan terhadap pasar, yang semula menjadi ruang bagi berlangsungnya interaksi sosial, budaya, dan ekonomi kemudian tereduksi menjadi ruang bagi berlangsungnya transaksi ekonomi dan pencitraan terhadap modernisasi yang berlangsung dalam masyarakat. Bagi sektor perdagangan, pasar merupakan tempat pedagang berusaha, sebagai sarana distribusi

barang bagi produsen dan petani, tempat memonitor perkembangan harga dan stok barang beserta lapangan pekerjaan bagi masyarakat luas.

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pihak pembeli untuk melakukan transaksi dimana proses jual beli terbentuk, yang menurut kelas mutu pelayanan, dapat digolongkan menjadi pasar tradisional dan pasar modern.

a. Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan pasar yang bentuk bangunannya relatif sederhana, dengan suasana yang relatif kurang menyenangkan (ruang usaha sempit, sarana parkir kurang memadai, kurang menjaga kebersihan pasar dan penerangan yang kurang baik). Barang yang diperdagangkan adalah kebutuhan sehari-hari, harga barang relatif murah dengan mutu yang kurang diperhatikan dan cara pembeliannya dengan tawar menawar. Contoh pasar tradisional yang berada di Kabupaten Bekasi adalah Pasar Induk Cibitung dan Tambun, Pasar Baru Cikarang, Pasar Cibarusah, Pasar Setu.

b. Pasar Modern

Pasar modern merupakan pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi dalam bentuk mall, supermarket, minimarket, *department store*, dan *shopping center* dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi dengan label harga yang pasti sebagaimana dimaksud

dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 420/MPP/Kep/10/1997.

Supermarket kemudian berkembang menjadi hipermarket yang merupakan sebuah toko serba ada dengan skala lebih besar dan pada umumnya ada unsur modal asing didalamnya. Supermarket atau hipermarket memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan pasar tradisional diantaranya kemasan rapi, jenis barang lengkap, situasi bersih dan nyaman. Supermarket dan hipermarket tidak saja memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga menciptakan keinginan karena banyak barang yang tidak dikenal dan bukan menjadi kebutuhan di display di supermarket dan atau hipermarket, yang pada akhirnya menimbulkan selera konsumen. Masuknya nilai-nilai baru, seperti kolektivitas rasional atau otonomi individu yang menjadi karakteristik masyarakat kapitalistik ternyata tidak diimbangi oleh pelebagaan nilai-nilai ini dalam dimensi kehidupan masyarakat. Kebiasaan sosial di kalangan masyarakat perkotaan yang seyogyanya menampilkan ciri-ciri masyarakat kapitalistik, pada kenyataannya masih menunjukkan kebiasaan masyarakat prakapitalistik. Kondisi inilah yang kemudian memunculkan fenomena dualisme, seperti berkembangnya para pedagang kaki lima di sekitar mall. Dualisme sosial ini selanjutnya mengarah pada pola relasi yang timpang di mana salah satu pihak mendominasi pihak lain dan pihak lain berada dalam posisi termarginalkan, baik dalam kerangka struktural maupun kultural.

Friedman dalam Sastradipoe (dalam Rusham, 2016: 157), menjelaskan bahwa kesenjangan dalam pola relasi tersebut disebabkan oleh ketimpangan dalam basis kekuasaan sosial. Kemiskinan yang berkaitan dengan ketidak

seimbangan dalam kekuatan tawar menawar di pasar terutama disebabkan oleh ketidaksamaan kesempatan untuk mengakumulasi basis kekuasaan sosial tersebut. Beberapa penyebabnya adalah ketidaksamaan untuk memperoleh modal atau aktiva produktif, ketidaksamaan dalam memperoleh sumber-sumber finansial, ketidaksamaan dalam memasuki jaringan sosial untuk memperoleh peluang kerja, dan ketidaksamaan akses untuk menguasai informasi.

Adapun pembagian atau jenis pasar berdasarkan bentuk struktur pasar yaitu: Pasar persaingan sempurna, Pasar Monopoli, Pasar Persaingan Monopolistik serta Pasar Oligopoli (Apandi, 2017: 20-26).

1. Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna merupakan salah satu jenis pasar dalam struktur pasar. Pasar persaingan sempurna termasuk kedalam jenis pasar yang dapat dikatakan sempurna karena di dalam pasar tersebut terdapat banyak penjual yang menjual satu jenis produk tertentu. Dapat dikatakan sempurna karena di dalam pasar penjual sama-sama menjual barang sejenis dan tidak ada persaingan harga didalamnya serta para penjual dapat bebas keluar masuk pasar karena di dalam pasar persaingan sempurna tidak ada penghalang atau barriers. Pasar persaingan sempurna memiliki lima ciri yaitu diantaranya :

- a. Terdapat banyak penjual dan pembeli di dalam pasar.
- b. Barang yang dijual bersifat homogen atau satu jenis.
- c. Penjual Tidak dapat mempengaruhi harga atau penjual sebagai

price taker.

- d. Informasi di dalam pasar yang jelas dan sempurna.
- e. Kemudahan bagi penjual untuk keluar masuk pasar.

2. Pasar Monopoli

Berbeda dengan pasar persaingan sempurna, pasar monopoli merupakan kebalikan dari pasar tersebut di dalam pasar monopoli hanya terdapat satu penjual untuk satu jenis barang tertentu. Pada umumnya produsen monopoli memperoleh laba melebihi normal karena adanya hambatan masuk ke dalam pasar serta di dalam pasar monopoli produsen adalah sebagai *price maker*. Berikut merupakan ciri-ciri dari pasar monopoli :

- a. Hanya ada satu penjual
- b. Penjual dapat mempengaruhi harga pasar (*Price Maker*)
- c. Terdapat hambatan untuk masuk ke dalam pasar bagi calon produsen baru (*Barriers to entry*).

3. Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik adalah bentuk pasar yang di dalamnya terdapat banyak penjual yang menghasilkan atau menjual produk yang berbeda-beda. Pada tahun 1933 model pasar persaingan monopolistik diperkenalkan oleh Chamberlin dan Joan Robinson. Pada dasarnya bentuk pasar ini merupakan kemiripan dari pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli. Kemiripan tersebut terdapat pada ciri-ciri pada pasar persaingan monopolistik itu sendiri, dengan pasar persaingan sempurna kemiripannya adalah terdapat pada banyaknya penjual yang ada di dalam pasar sedangkan pada pasar monopoli kemiripannya

adalah penjual dapat mempengaruhi harga walaupun hanya sedikit. Berikut merupakan ciri-

ciri dari pasar persaingan monopolistik :

- a. Terdapat banyak penjual dalam penelitian ini objek penelitian yang dilakukan adalah terhadap pedagang pasar tradisional. Sesuai dengan ciri dari pasar persaingan monopolistik pedagang pasar tradisional dan warung-warung tersebar banyak sehingga membuat persaingan usaha semakin ketat antar pedagang, selain itu munculnya minimarket modern membuat kelangsungan usaha pedagang pasar tradisional dan warung-warung terganggu
- b. Karakteristik barangnya berbeda, meskipun terdapat penjual atau pedagang yang banyak namun seringkali antar pedagang pasar tradisional menjual karakteristik barang yang berbeda
- c. Penjual mempunyai sedikit kemampuan mempengaruhi harga Dalam hal ini setiap pedagang memiliki sedikit kemampuan untuk mempengaruhi harga karena banyaknya penjual terlebih para pedagang pasar tradisional yang juga harus bersaing dengan minimarket modern sehingga pedagang pasar tradisional tidak dapat banyak untuk mempengaruhi harga agar keuntungan tetap terjaga.
- d. Penjual mudah untuk masuk ke dalam pasar dan keluar pasar
- e. Persaingan dalam promosi penjualan sangat aktif, hal tersebut dapat dilihat seperti yang dilakukan oleh minimarket modern yang terus menerus melakukan promosi untuk mengajak calon konsumen berbelanja di toko

mereka, sedangkan pedagang pasar tradisional yang memiliki modal kecil tidak banyak melakukan promosi seperti minimarket modern.

4. Pasar Oligopoli

Terdapat teori pokok dalam Pasar Oligopoli yaitu, antara satu pengusaha dengan pengusaha lainnya di dalam melakukan kegiatannya tidak terdapat suatu ikatan tertentu (*independent action*). Antara pengusaha-pengusaha yang ada dalam pasar oligopoly menjalin suatu ikatan (*collusion*) tertentu. Ikatan ini ada yang sempurna (*perfect collusion*) dan ada yang tidak sempurna (*imperfect collusion*). Dalam pasar persaingan oligopoli tinggi rendahnya tingkat diferensiasi produk akan memengaruhi perilaku produsen dalam menentukan output atau harga. Pasar oligopoli merupakan pasar yang terdiri atas beberapa penjual untuk satu jenis barang tertentu. Terdapat dua jenis di dalam pasar oligopoli yaitu :

- a. Oligopoli dengan diferensiasi produk, yaitu antar produsen menghasilkan *output* berbeda
- b. Oligopoli tanpa diferensiasi produk, yaitu antar produsen menghasilkan *output* yang sama.

E. Konsep Pasar Tradisional

Menurut Wicaksono dkk (2011) pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Pasar tradisional cenderung menjual barang-barang lokal dan kurang ditemui barang impor, karena barang yang dijual dalam pasar tradisional cenderung sama

dengan pasar modern, maka barang yang dijual pun kualitasnya relative sama dengan pasar modern.

Secara kualitas, pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya sedikit sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dari konsumen. Dari segi harga, pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti karena harga yang pasti karena harga disesuaikan dengan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik usaha sendiri-sendiri. Selain itu, harga pasar selalu berubah-ubah, sehingga bila menggunakan label harga, lebih repot karena harus mengganti-ganti label harga sesuai dengan perubahan harga yang ada di pasar. Pasar tradisional di pedesaan juga terhubung dengan pasar tradisional di perkotaan yang biasa menjadi sentral kulakan bagi pedagang pasar –pasar pedesaan dan di sekitarnya. Pasar tradisional merupakan penggerak ekonomi masyarakat. Saat ini pasar tradisional tengah mengalami banyak tantangan. Persaingan menjadi tidak seimbang karena perbedaan modal antara pedagang di pasar tradisional dengan pasar modern (Dwi Wijaya, 2017: 2-3).

Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 menjelaskan bahwa pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh

pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Lebih lanjut menurut Perpres tersebut, pasar tradisional boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal atau jalan lingkungan pada kawasan pelayanan bagian kota/kabupaten atau lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota/kabupaten. Syarat pasar tradisional Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007, Tentang Pembangunan, Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional adalah:

1. Aksesibilitas, yaitu kemungkinan pencapaian dari dan ke kawasan, dalam kenyataannya ini berwujud jalan dan transportasi atau pengaturan lalu lintas.
2. Kompatibilitas, yaitu keserasian dan keterpaduan antara kawasan yang menjadi lingkungannya.
3. Fleksibilitas, yaitu kemungkinan pertumbuhan fisik atau pemekaran kawasan pasar dikaitkan dengan kondisi fisik lingkungan dan keterpaduan prasarana.
4. Ekologis, yaitu keterpaduan antara tatanan kegiatan alam yang mewadahnya.

Pembentukan harga dalam pasar tradisional secara turun-temurun tercipta dari proses tawar-menawar yang dilakukan antara penjual dan calon pembeli. Fasilitas yang tersedia dipasar tradisional adalah kios, toko, los, gudang dan toilet umum yang berada disekitar pasar. Pasar tradisional tidak terlepas dari isu negatif maupun isu positif. Isu utama yang berkaitan dengan perkembangan pasar tradisional (Kuncoro, 2008: 83) adalah sebagai berikut:

1. Jarak antara pasar tradisional dengan *hypermarket* yang saling berdekatan.
2. Tumbuh dengan pesatnya minimarket (yang dimiliki pengelola jaringan) ke wilayah pemukiman.
3. Penerapan berbagai macam syarat perdagangan oleh ritel modern yang memberatkan pemasok barang.
4. Kondisi pasar tradisional secara fisik sangat tertinggal, maka perlu ada program kebijakan untuk melakukan pengaturan.

Nurhayati (2017:16-17) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kemajuan pasar tradisional, yaitu:

1. Lingkungan sosial sekitar pasar yang mulai mengalami perubahan.
2. Gaya hidup konsumen perkotaan yang berubah, dimana mereka menginginkan pelayanan yang lebih bukan hanya sebatas membeli barang.
3. Perubahan kompetisi, dimana pasar tradisional saat ini bukan lagi satu-satunya pusat perdagangan.
4. Tantangan Globalisasi yang memberikan peluang dan usaha untuk maju.

Berdasarkan faktor-faktor tersebut, maka langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam mengelola pasar tradisional agar tetap menjadi pilihan konsumen adalah:

1. Pengelolaan pasar harus lebih profesional
2. Merubah pola pikir pedagang
3. Mampu memenuhi keinginan konsumen dengan baik

4. Sarana dan prasarana yang nyaman, seperti tempat parkir yang luas, penerangan, sirkulasi udara, keamanan dan kebersihan
5. Memperbaiki citra pasar tradisional
6. Secara fisik, pasar tradisional harus mampu menarik konsumen untuk berbelanja
7. Harus mampu meningkatkan laba usaha yang berada di pasar tradisional
8. Kemampuan untuk memuaskan semua pihak yang terkait dengan pasar tradisional.

Keberadaan pasar mempunyai fungsi yang sangat penting. Bagi konsumen, adanya pasar akan mempermudah memperoleh barang dan jasa kebutuhan sehari-hari. Secara umum, pasar mempunyai tiga fungsi yaitu sebagai sarana distribusi, pembentukan harga, dan sebagai tempat promosi (Hatim, 2017: 269).

1. Pasar sebagai sarana distribusi Pasar sebagai sarana distribusi, berfungsi memperlancar proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Dengan adanya pasar, produsen dapat berhubungan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menawarkan hasil produksinya kepada konsumen. Pasar dikatakan berfungsi baik jika kegiatan distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen berjalan lancar. Sebaliknya, pasar dikatakan tidak berfungsi baik jika kegiatan distribusi seringkali macet.
2. Pasar sebagai pembentuk harga Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Di pasar tersebut penjual menawarkan

barang-barang atau jasa kepada pembeli. Pembeli yang membutuhkan barang atau jasa akan berusaha menawar harga dari barang atau jasa tersebut, sehingga terjadilah tawar – menawar antara kedua belah pihak. Setelah terjadi kesepakatan, terbentuklah harga.

3. Pasar sebagai sarana promosi Pasar sebagai sarana promosi artinya pasar menjadi tempat memperkenalkan dan menginformasikan suatu barang atau jasa tentang manfaat, keunggulan dan kekhasannya pada konsumen. Promosi dilakukan untuk menarik minat pembeli terhadap barang atau jasa yang diperkenalkan. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain, memasang spanduk, menyebarkan brosur, pameran, dan sebagainya. Dibatasi agar konsumen lebih selektif dalam memilih barang yang dibeli. Biasanya produsen yang menawarkan harga murah dan dengan kualitasnya bagus akan menjadi pilihan konsumen.

F. Kerangka Pikir

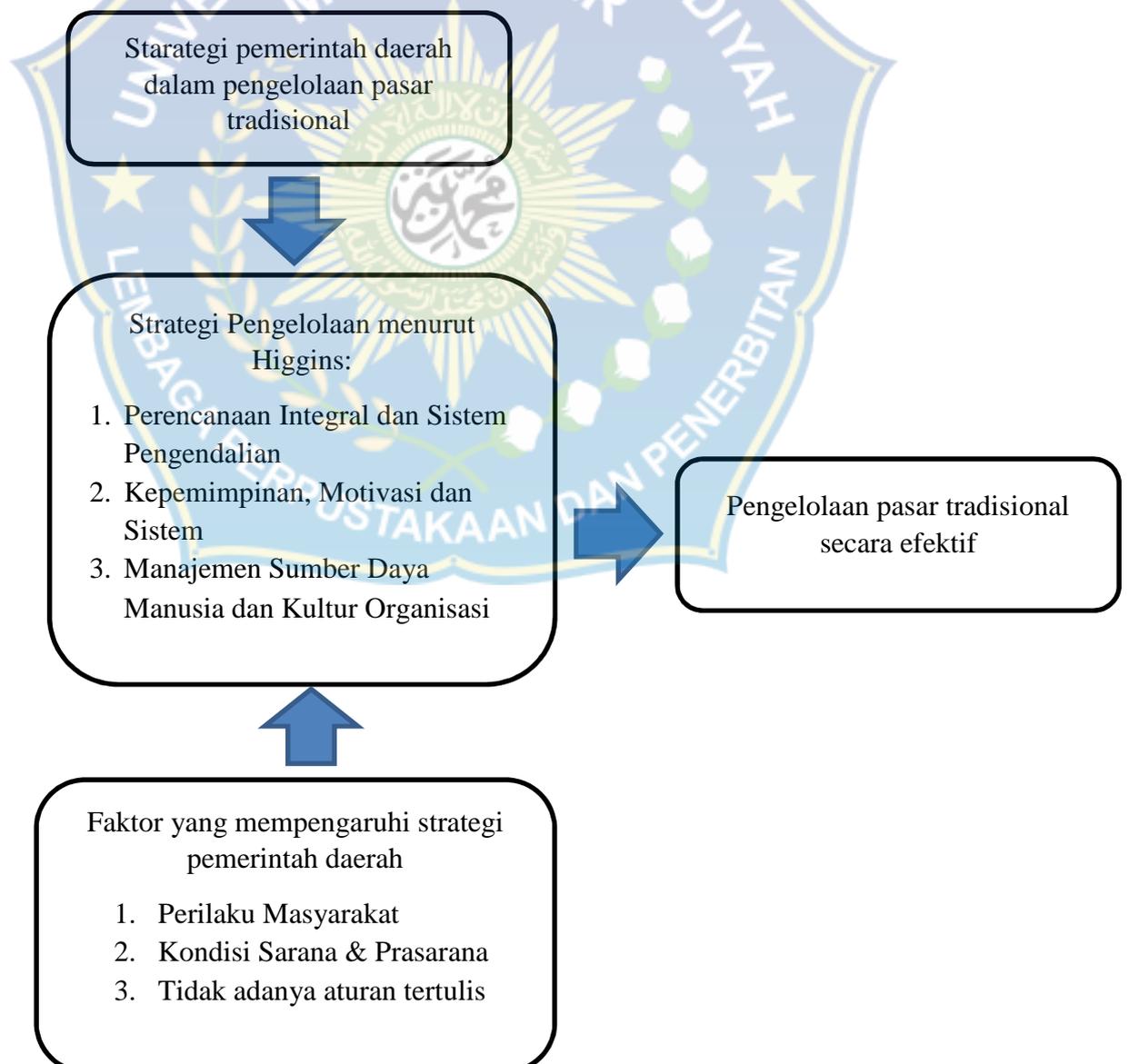
Pasar tradisional saat ini masih menjadi salah satu pusat kegiatan ekonomi penting bagi sebagian masyarakat Indonesia. Berbagai kendala dan perubahan yang terjadi telah meminggirkan pasar tradisional yang telah lama memiliki fungsi distribusi produk-produk yang dihasilkan masyarakat. Perbaikan strategi dalam pengembangan pasar tradisional diharapkan dapat meningkatkan daya saing, efisiensi pembiayaan dan pengelolaan lingkungan. Pada kondisi demikian, diperlukan pemikiran ulang tentang bagaimana manajemen yang baik dapat diterapkan terhadap keberadaan pasar tradisional agar dapat meningkatkan pendapatan. Dalam strategi pengelolaan pasar tradisional di Kabupaten Gowa

maka konsep dari Higgins dalam Salusu (2006:435) terkait implementasi strategi program pemerintahan daerah dijadikan sebagai dasar penilaian yaitu:

1. Perencanaan Integral dan Sistem Pengendalian
2. Kepemimpinan, Motivasi dan Sistem
3. Manajemen Sumber Daya Manusia dan Kultur Organisasi.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan kerangka pikir berikut:

Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir



G. Definisi Operasional

1. Strategi pemerintah dalam pengelolaan pasar tradisional merupakan target capaian tujuan pemerintah daerah dalam pengelolaan pasar tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa sebagai tindak lanjut pengelolaan yang didasarkan pada alokasi sumber daya yang ada serata dapat melihat secara objektif kondisi internal dan eksternal sehingga pemerintah daerah dapat mengantisipasi segala kemungkinan yang dapat terjadi.
2. Strategi implementasi dalam pengelolaan pasar tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa diukur berdasarkan indikator dari konsep Higgins dimana merupakan ukuran-ukuran yang digunakan dalam implementasi strategi program pemerintahan daerah meliputi:

a. Integral dan Sistem Pengendalian

Merupakan sasaran yang ingin dicapai oleh strategi pemerintah kabupaten Gowa yang dijabarkan secara rinci, dimana dibuatkan perencanaan. Perencanaan (program) ini terhubung dan terintegrasi dengan sasaran-sasaran yang memiliki capaian sasaran yang jelas dan juga memiliki sistem pengendalian.

b. Kepemimpinan, Motivasi dan Sistem

Merupakan komunikasi gaya kepemimpinan dari pemerintah daerah yang terkait dalam menggerakkan stakeholders pengelolaan pasar tradisional Balang-balang kabupaten Gowa sehingga mampu memberikan motivasi kepada jajaran aktor terkait serta sistem

komunikasi yang dimiliki harus baik guna mencapai tujuan yang ingin dicapai.

c. **Manajemen Sumber Daya Manusia dan Kultur Organisasi**

Komponen implementasi dalam pengelolaan pasar tradisional Balang-balang harus ditangani dengan baik dimana yang pertama, menempatkan aktor pengelola pasar sesuai dengan kemampuan yang dimiliki atau sesuai dengan job description dan yang kedua, pemerintah daerah melaksanakan pelatihan dan pengembangan bagi pengelola pasar agar dalam memiliki kemampuan manajemen yang baik.

3. Faktor yang mempengaruhi strategi pemerintah daerah merupakan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap pelaksanaan program perumusan dan perencanaan serta pelaksanaan strategi pemerintah daerah dalam pengelolaan pasar tradisional Balang-balang di Kabupaten Gowa.
4. Pengelolaan pasar tradisional secara efektif merupakan capaian dan tujuan yang ingin diraih oleh pemerintah daerah dalam pengelolaan pasar tradisional Balang-balang di kabupaten Gowa dengan melaksanakan program sesuai dengan rencana strategis serta memanfaatkan sumber daya yang ada secara logis.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun waktu dalam penelitian ini dilaksanakan selama dua (2) bulan yaitu Agustus-September tahun 2018, lokasi penelitian adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa, dan juga di Pasar Tradisional Balang-balang yang berlokasi di Kabupaten Gowa, alasan pemilihan lokasi didasarkan pada kemudahan akses pada pasar tradisional serta fenomena yang masih terjadi terkait strategi pemerintah daerah dalam pengelolaan pasar tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa beserta faktor yang mempengaruhi.

B. Jenis dan Tipe Penelitian

Ditinjau dari jenis datanya, pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Bogdan dan Biklen (Sugiyono, 2013: 13-14) bahwa karakteristik penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan kondisi alamiah sebagai sumber data langsung, dan peneliti adalah Instrumen kunci.

Sedangkan tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif dengan tujuan untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah penelitian

C. Sumber Data

a. Data primer

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan informan penelitian yang ada pada Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Gowa dan Pengelola Pasar. Sumber data utama ini dicatat dengan dukungan pedoman wawancara dan juga observasi lapangan.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu diperoleh melalui sumber-sumber tertulis yang berhubungan dengan Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa. Data yang telusuri berupa dokumen berbentuk data seperti Pegawai Dinas Perdagangan dan Perindustrian, Dokumen Strategi dan Arah Kebijakan Pengelolaan Pasar, dan data Sasaran Pengelolaan Pasar dan Stabilitas Harga Pasar.

D. Informan Penelitian

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* Menurut Sugiyono (2013:218-219) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin diasebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti. Adapun penentuan informan dapat dilihat pada table berikut:

NO	NAMA INFORMAN	INISIAL	JABATAN	KET
1	Mahruf Alam	MR	Kepala Bidang Bina Pasar Dinas Perindustrian dan Perdagangan KabupatenGowa	1
2	Randi Mahmud	RM	Kepala Seksi Penataan dan Penertiban, Bidang Bina Pasar, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa	1
3	Safaruddin	SA	Kepala Pasar Tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa	1
4	Dg. Sikki	DS	Pedagang Pasar Tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa	1
5	Dg. Muna	DM	Pedagang Pasar Tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa	1
6	Haris	HR	Masyarakat/ Konsumen Pasar Tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa	1
7	Andi Ahmad	AA	Masyarakat/ Konsumen Pasar Tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa	1
Total Informan				7

Tabel 1. Informan Penelitian

E. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan data yang diperoleh secara langsung yang di sesuaikan dengan objek yang diteliti. Jenis *filed research* yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dimana penulis terjun langsung mendatangi informan di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa dan di Pasar Balang-Balang Kabupaten Gowa.

- b. Wawancara, merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari informan. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan informasi dari informan untuk memperkuat penelitian baik di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa pedagang dan masyarakat kabupaten Gowa di Pasar Balang-Balang Kabupaten Gowa.
- c. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data dengan cara melalui dokumen-dokumen tentang gejala atau fenomena yang akan diteliti di lapangan, dalam hal ini peneliti mengumpulkan data dengan cara meneliti dokumen-dokumen yang ada kaitannya dengan objek yang diteliti.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus dan sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktifitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. (Sugiyono, 2012:334).

1. Data Reduction (Reduksi Data).

Reduksi data yaitu proses pemilihan, permusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan. Dalam reduksi data peneliti menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi oleh peneliti.

2. *Data Display* (Penyajian Data).

Penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Dalam penyajian data peneliti mengumpulkan informasi yang tersusun yang memberikan dasar pijakan kepada peneliti untuk melakukan suatu pembahasan dan pengambilan kesimpulan. Penyajian ini kemudian untuk menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang terpadu sehingga mudah diamati apa yang sedang terjadi kemudian menentukan penarikan kesimpulan secara benar.

3. *Conclusion Drawing/Verification* (Menarik Kesimpulan/Verifikasi).

Penarikan kesimpulan adalah suatu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan juga diverifikasi oleh peneliti selama penelitian berlangsung. Verifikasi ini mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pemikiran peneliti ada suatu tinjauan ulang pada catatan lapangan atau melihat salinan suatu temuan yang disimpan dalam perangkat data yang lain.

G. Pengabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan uji *credibility* atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Uji keabsahan data tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut (Moleong, 2012: 330-337):

1. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Pada penelitian ini triangulasi data dilakukan dengan cara membandingkan jawaban yang disampaikan oleh informan utama dengan informan pendukung untuk mendapatkan data yang cocok dan sesuai.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Pasar Balang-Balang merupakan pasar tradisional terbesar di kecamatan bontomarannu, kabupaten Gowa. di tempat ini penjual dan pembeli bertemu untuk memasarkan dan membeli kebutuhan pokok sehari-sehari, pasar tradisional merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli secara fisik area Kabupaten Gowa dengan akses yang mudah. Pasar tradisional biasanya menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau. Pasar Balang-Balang ini buka pada hari rabu, jum'at dan minggu. Pasar ini terletak di Jl. Malino Bontomanai Wilayah administrasi Kabupaten Gowa yang terdiri dari 31 Pasar yang ada di Kabupaten Gowa.

Pemerintah memberikan jaminan pasar yang akan menyerap hasil produksi termasuk jaringan distribusi yang dapat berfungsi sebagai jalur pemasaran secara efisiensi pada 31 pasar di Wilayah Kabupaten Gowa sebagian besar terletak di dataran tinggi yaitu sekitar 72,26%, ada 9 wilayah kecamatan yang merupakan dataran tinggi yaitu Kecamatan Parangloe, Manuju, Tinggimoncong, Tombolopao, Parigi, Bungaya, Bontolempangan, Tompobulu dan Biringbulu. Kabupaten Gowa memiliki 2 (dua) dimensi wilayah, yakni wilayah dataran rendah dan wilayah dataran tinggi. Wilayah Kabupaten Gowa sebagian besar merupakan dataran tinggi yaitu sekitar 72,26%. Untuk menunjang perbaikan pengelolaan pasar maka pemerintah merumuskan bahan kebijaksanaan teknis

penyelenggaraan promosi agrobisnis dan agroindustri dalam rangka peningkatan potensi pasar.

1. Jumlah Penduduk

Penduduk sebagai objek sekaligus subjek pembangunan merupakan aspek utama yang mempunyai peran penting dalam pembangunan. Oleh karena itu data penduduk sangat dibutuhkan dalam perencanaan pembangunan. Dilihat dari persebaran penduduk di Kabupaten Gowa, Kecamatan Somba Opu merupakan Kecamatan dengan jumlah penduduk tertinggi, yaitu sebesar 136.995 jiwa dan Kecamatan Parigi adalah kecamatan dengan jumlah penduduk terendah terendah, yaitu hanya sebesar 13.764 jiwa.

Jumlah penduduk di Kabupaten Gowa termasuk terbesar ketiga dari kabupaten yang ada di Sulawesi Selatan. Jumlah penduduk dengan urutan pertama adalah Kota Makassar, urutan kedua Kabupaten Bone dan urutan ketiga adalah Kabupaten Gowa. Berdasarkan Gowa Dalam Angka Tahun 2017 jumlah penduduk Kabupaten Gowa secara keseluruhan sebanyak 735.493 jiwa, penduduk laki-laki sebanyak 361.814 jiwa (49,1%) dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 373.679 jiwa (50,8%), Tahun 2012 jumlah penduduk Kabupaten Gowa secara keseluruhan sebanyak 682.497 jiwa, penduduk laki-laki sebanyak 335.178 jiwa (49,11%) dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 347.319 jiwa (50,86%), Tahun 2013 jumlah penduduk Kabupaten Gowa secara keseluruhan sebanyak 696.096 jiwa, penduduk laki-laki sebanyak 342.000 jiwa (49,2%) dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 340.792 jiwa (50,9%), Tahun 2014 jumlah penduduk Kabupaten Gowa secara keseluruhan sebanyak 709.386 Jiwa, penduduk

laki-laki sebanyak 348.706 (53%) dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 360.680 (54,9%), pada tahun 2015 jumlah penduduk Kabupaten Gowa secara keseluruhan sebanyak 722.702, penduduk laki-laki sebanyak 355.381 (53%) dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 367.321 (54,9%), sedangkan pada tahun 2016 jumlah penduduk Kabupaten Gowa secara keseluruhan sebanyak 735.493, penduduk laki-laki sebanyak 361.814 (53%) dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 373.679 (54,9%).

2. Keadaan Ekonomi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan salah satu pencerminan kemajuan ekonomi suatu daerah, yang didefinisikan sebagai keseluruhan nilai tambah barang dan jasa yang dihasilkan dalam waktu satu tahun di wilayah tersebut.

PDRB Kabupaten Gowa pada atas dasar harga berlaku tercatat sebesar 1.782,16 milyar rupiah dan naik menjadi sebesar 1.890,03 milyar rupiah. Sedangkan harga konstan 2000 tercatat bahwa PDRB pada tahun sebelumnya sebesar 1.782,16 milyar rupiah meningkat menjadi 1.890,36 milyar rupiah pada tahun sebelumnya mengalami kenaikan sebanyak 2.007.277.

Selain dari itu, keadaan perekonomian suatu wilayah dapat diukur dari banyaknya penduduk miskin. Kemiskinan menjadi isu yang cukup menjadi perhatian berbagai kalangan termasuk kesehatan. Keterjangkauan masyarakat terhadap pelayanan kesehatan terkait dengan daya beli ekonomi.

Sektor industri dan perdagangan memiliki peranan strategis dalam pembangunan perekonomian Kabupaten Gowa. Hal ini dapat dilihat dalam

peranannya yang penting dalam penyediaan kesempatan usaha, kesempatan kerja, peningkatan ekspor, lebih dari itu sector industri dan perdagangan lebih mampu bertahan terhadap krisis ekonomi di masa lalu karena, karakteristiknya yang fleksibel dan memanfaatkan sumberdaya local sehingga dapat diandalkan mendukung ketahanan ekonomi. Dengan pertimbangan tersebut, maka pemerintah Kabupaten Gowa, akan terus meningkatkan kebijaksanaan pembinaan dan pengembangannya sehingga dapat berperan sebagai salah satu tulang punggung ekonomi Kabupaten Gowa sejalan dengan misi Bupati Gowa dalam rangka menarik investor dan mengoptimalkan pengelolaan dan pemanfaatan potensi sumberdaya alam.

Dalam upaya pengembangan sector industri dan Perdagangan berbagai persoalan masih perlu mendapat perhatian, yaitu : (1). Kondisi Perindustrian dan Perdagangan yang pada umumnya masih terbatas baik dari aspek produktivitas, sumberdaya manusia, manajemen, teknologi permodalan dan pemasaran (2). Jaminan Pasar yang akan menyerap hasil produksi termasuk jaringan distribusi yang dapat berfungsi sebagai jalur pemasaran secara efisiensi, (3). Krisis ekonomi nasional yang belum sepenuhnya pulih, dan (4). Tantangan perkembangan liberalisasi perdagangan baik dalam kerangka kerjasama AFTA, APEC maupun GATT/WTO yang membawa dampak peningkatan persaingan usaha.

3. Visi Misi Kabupaten Gowa

Visi Kabupaten Gowa 2016 – 2021 yaitu terwujudnya masyarakat yang berkualitas, mandiri dan berdaya saing dengan tata kelola pemerintahan yang baik.

Untuk mencapai Visi maka ditetapkan misi Kabupaten Gowa yang terdiri dari 5 (lima) yaitu:

1. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia berbasis pada hak-hak dasar, kesetaraan gender, nilai budaya dan agama.
2. Meningkatkan perekonomian daerah berbasis pada potensi unggulan dan ekonomi kerakyatan.
3. Meningkatkan pembangunan infrastruktur berorientasi interkoneksi antar wilayah dan sektor.
4. Meningkatkan penyelenggaraan pemerintahan yang baik, bersih dan demokratis.
5. Meningkatkan pengembangan wilayah kecamatan, desa dan kelurahan secara partisipatif.

Salah satu diantara misi pembangunan tersebut terdapat keterkaitan dengan tugas dan fungsi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Gowa dan mendukung pencapaian misi Kabupaten Gowa tersebut yaitu meningkatkan perekonomian daerah berbasis pada potensi unggulan dan ekonomi kerakyatan. Berdasarkan misi tersebut diatas maka Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Gowa menentukan visi untuk mendukung pencapaian misi Kabupaten gowa yang kedua.

4. Dinas Perdagangan Dan Perindustrian Kabupaten Gowa

a. Visi

Bertitik tolak dari pengertian Visi, yaitu merupakan kesadaran yang ingin diwujudkan Dinas Perindag pada akhir periode Renstra Dinas Perdastrri sesuai dengan tugas dan fungsi yang sejalan dengan pernyataan visi kepala daerah dan wakil kepala daerah dalam RPJMD, maka pernyataan / rumusan Visi Dinas Perdastrri Kabupaten Gowa adalah :

“Meningkatnya kualitas sektor perdagangan dan industri berbasis ekonomi kerakyatan“

Pemahaman atas pernyataan Visi tersebut mengandung makna bahwa keberadaan Perindustrian dan perdagangan di Kabupaten Gowa masih perlu ditingkatkan terus perkembangannya, baik kuantitas maupun kualitasnya sehingga dapat diandalkan dalam memajukan perekonomian daerah seiring dengan besarnya potensi daerah serta mempunyai daya saing yang tinggi di pasar lokal, regional, nasional maupun internasional dalam menghadapi era globalisasi sekarang ini.

b. Misi

Pengertian Misi adalah rumusan umum mengenai upaya-upaya yang akan dilaksanakan untuk mewujudkan Visi. Misi berfungsi sebagai pemersatu gerak langkah dan tindakan nyata bagi segenap komponen penyelenggara dan pelaksana pembangunan. Adapun Misi yang ditetapkan Dinas Perindag Kabupaten Gowa untuk mewujudkan Visinya adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan Laju Perdagangan yang Efektif dan Berkualitas.
2. Mengembangkan Sarana dan Prasarana Pasar Daerah

3. Meningkatkan Potensi Usaha IKM dalam Penguatan Kelembagaan dan Perekonomian Masyarakat
4. Meningkatkan pembinaan Industri Kecil dan Menengah dengan menitikberatkan pada pemanfaatan sumber daya lokal serta optimalisasi pemanfaatan Kawasan Industri Gowa
5. Meningkatkan kualitas Profesionalisme Sumber Daya Aparatur dan Disiplin Kerja serta Tata Kelola

c. Tujuan dan Sasaran

Untuk merealisasikan pelaksanaan misi Dinas Perdastrri Kabupaten Gowa tersebut diatas, perlu ditetapkan tujuan pembangunan Perdagangan dan Perindustrian yang akan di capai dalam kurun waktu lima tahun ke depan. Tujuan tersebut ditetapkan untuk memberikan arah terhadap program-program dan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan, serta memberikan kepastian operasionalisasi dan keterkaitan antar unsur-unsur Dinas Perindag. Adapun tujuan-tujuan dimaksud adalah sebagai berikut:

Untuk melaksanakan misi pertama *“Meningkatkan Laju Perdagangan yang Efektif dan Berkualitas“* Dinas Perdastrri Kabupaten Gowa untuk lima tahun ke depan menetapkan tiga tujuan yaitu; pertama *“Meningkatkan Kelancaran Pasokan dan Distribusi barang Kebutuhan Pokok Masyarakat dan Barang Penting Strategis lainnya “* Kedua *“meningkatkan Pengawasan Terhadap Tumbuh Kembangnya Usaha dan Perlindungan Konsumen”* dan yang ketiga *“Meningkatkan kemampuan berusaha Masyarakat Kecil dan Menengah untuk meningkatkan taraf hidup dan kemandirian ”* Peningkatan kelancaran pasokan dan distribusi barang kebutuhan pokok masyarakat dan barang penting strategis

lainnya, meningkatkan Pengawasan Terhadap Tumbuh Kembangnya Usaha dan Metrologi Legal, Meningkatkan kemampuan berusaha Masyarakat Kecil dan Menengah untuk meningkatkan taraf hidup dan kemandirian merupakan indikator penting dalam usaha mencapai peningkatan pertumbuhan ekonomi daerah. Tantangan terbesar Dinas Perdastrri Kabupaten Gowa adalah terciptanya kelancaran dan ketertiban peredaran barang dan jasa, Kemudahan Perizinan Usaha Perdagangan membuat Peredaran Barang dan Jasa menjadi Dinamis namun dapat menjadi bumerang ketika barang dan jasa yang diakomodir adalah ilegal dan tidak layak.

Disinilah peran pengawasan Perdastrri dalam Mengeluarkan Rekomendasi Izin Usaha untuk mengontrol Jenis Usaha dan Jasa Apa saja yang bisa maju dan Besar di Daerah yang bisa membawa manfaat bagi Kabupaten Gowa. Kemudian Peningkatan Perlindungan Konsumen menjadi upaya untuk mendorong minat masyarakat terhadap produksi dalam negeri. Kemampuan berusaha masyarakat kecil harus senantiasa difasilitasi dan di support dengan pendampingan PKL dan Asongan agar bisa terus bertahan sebagai mata pencaharian masyarakat ekonomi rendah yg tidak memiliki SDM yang memadai. Dengan upaya-upaya untuk mengatasi tantangan tersebut, diharapkan akan dapat meningkatkan kemajuan usaha perdagangan di Kabupaten Gowa. Peningkatan usaha perdagangan tersebut dapat diukur dengan menggunakan tolak ukur peningkatan jenis komoditas, volume dan nilai perdagangan daerah maupun nilai ekspor.

Untuk melaksanakan misi yang Kedua “*Mengembangkan Sarana dan Prasarana Pasar Daerah*” Dinas Perdastrri Kabupaten Gowa untuk lima tahun ke

depan Menetapkan Tujuan yaitu; *‘Meningkatkan Kualitas Sarana dan Prasarana Pasar’* Peningkatan Pasar Rakyat dari wilayah Kecamatan, Desa hingga Kelurahan dapat memudahkan masyarakat dalam mengakses Pasar bertujuan untuk memajukan Perekonomian mereka serta dalam memenuhi kebutuhan Pokok sehari –hari. Untuk Kelancaran Operasional pasar, maka dibutuhkan Pengelolaan Retribusi Pasar yang baik serta Kedisiplinan para Pelaku Usaha yang menjalankan Usahnya di Pasar Rakyat baik itu pedagang di dalam pasar maupun Pedagang Kaki Lima (PKL) dan Asongan yang berada disekitar wilayah pasar untuk selalu mematuhi aturan Penataan Pasar dan administrasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah Kabupaten Gowa. Maka dari itu Perdastrri memiliki tanggung jawab dalam meningkatkan kemampuan dan wawasan Kepala Pasar untuk memelihara dan mengawasi aktifitas pasar dengan memberikan pelatihan dan Bimbingan Teknis penunjang dalam menjalankan tugas-tugasnya. Pengembangan Sarana dan Prasarana tersebut dapat diukur dari Jumlah pasar rakyat yang dibangun atau terevitalisasi, Peningkatan Retribusi yang tertib, Penataan kondisi pasar, peningkatan kedisiplinan administrasi pasar serta Kecakapan Kepala Pasar dalam menjalankan tugas.

Untuk melaksanakan misi yang Ketiga *“Meningkatkan Potensi Usaha IKM dalam memajukan Perekonomian Masyarakat “* Dinas Perdastrri Kabupaten Gowa untuk lima tahun ke depan menetapkan tujuan yaitu; *Meningkatkan Penguatan Industri Kecil dan Menengah sebagai Pondasi Perekonomian Daerah dan Mendorong Potensi IKM Menjadi Komoditi Ekspor’*, kedua *“Meningkatkan Kerjasama dan Kemitraan antara Industri Kecil dan Menengah Kelembagaan*

Lainnya”, Dengan memberikan kesempatan kepada Pelaku Usaha untuk membenahi usaha mereka sehingga merangsang pertumbuhan ekonomi rakyat dengan penguatan kelembagaan dan kerjasama kemitraan ,maka hal tersebut dapat pula meningkatkan perekonomian daerah.Dan upaya-upaya mempromosikan potensi daerah Ketingkat Nasional hingga ke Kanca Internasional dan merintis tumbuhnya kawasan-kawasan industri dan perdagangan di daerah dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi para calon investor untuk menanamkan modalnya. Selain itu upaya-upaya untuk menumbuhkan iklim kerjasama yang harmonis antara investor yang umumnya pengusaha menengah keatas dengan IKM di daerah sangat dibutuhkan oleh ke dua belah pihak. Dengan berbagai upaya tersebut diatas diharapkan dapat meningkatkan investasi di Kabupaten Gowa dan mendorong Potensi daerah menjadi komoditi ekspor yang dapat bersaing di pasar Internasional. Peningkatan investasi tersebut dapat diukur dengan menggunakan tolok ukur peningkatan realisasi investasi di sektor industri dan sektor perdagangan serta nilai investasinya.

Untuk melaksanakan misi ke tiga “*Meningkatkan pembinaan Industri Kecil dan Menengah dengan menitikberatkan pada pemanfaatan sumber daya lokal serta optimalisasi pemanfaatan Kawasan Industri Gowa* “ Dinas Perindag Kabupaten Gowa untuk lima tahun ke depan menetapkan tujuan yaitu pertama “*meningkatnya produktivitas industri kecil (industri rumah tangga)*” kedua “*mewujudkan pembentukan sentra-sentra industri kecil dan menengah*” dan yang ketiga” *meningkatkan penataan kawasan industri terpadu sebagai salah satu daya tarik bagi investor*” Peningkatan produktivitas industri kecil merupakan

indicator penting dalam usaha mencapai peningkatan pertumbuhan ekonomi. Tantangan terbesar Dinas Perdastris Kabupaten Gowa ke depan adalah terciptanya kemampuan dunia industri di Kabupaten Gowa untuk mengelola sumber daya alam (SDA) secara optimal sesuai basis potensinya dengan memanfaatkan teknologi sehingga mampu meningkatkan produksi sektor industri. Pembentukan sentra-sentra industri kecil dan menengah digalakkan agar dapat memajukan industri, untuk dapat melihat Perkembangan perindustrian tersebut dapat diukur dengan menggunakan tolak ukur peningkatan jumlah unit usaha industri, nilai produksinya maupun jumlah tenaga kerja yang terserap. Begitu pula dengan penataan kawasan industri terpadu yang diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi investor.

Untuk melaksanakan misi ke empat “*Meningkatkan kualitas Profesionalisme Sumber Daya Aparatur dan Disiplin Kerja serta Tata Kelola*” Dinas Perdastris Kabupaten Gowa untuk lima tahun ke depan menetapkan tujuan yaitu pertama “*meningkatkan pengetahuan dan wawasan Aparatur Sipil Negara tentang Good Governance*”, yang kedua “*meningkatkan Profesionalisme dan Etos Kerja Aparatur Sipil Negara sesuai dengan tugas pokok dan fungsi*”, ketiga “*menciptakan pengelolaan administrasi yang tertib dan pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien*”. Dinas Perdastris Kabupaten menetapkan tujuan-tujuan tersebut untuk mewujudkan tertib administrasi guna mewujudkan tata pemerintahan yang baik mulai dari perencanaannya sampai dengan pelaporannya.

Dinas Perdagangan dan Perindustrian sebagai salah satu Satuan Kerja Perangkat Daerah mempunyai tugas pokok: Melaksanakan Urusan Pemerintahan

Daerah di Bidang Perdagangan dan Perindustrian berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan sesuai dengan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Gowa berdasarkan ketentuan yang berlaku.

d. Fungsi

Sebagai penjabaran daripada tugas pokok, maka Dinas Perdagangan dan Perindustrian mempunyai fungsi:

1. Melaksanakan pengawasan dan pembinaan terhadap usaha Perdagangan dan Usaha Industri;
2. Menyelenggarakan standar kompetisi SDM industri dan aparatur pembina industri;
3. Memberikan perlindungan kepastian berusaha terhadap usaha industri dan
4. Pemberian fasilitas pengembangan IKM yang ada di Kabupaten Gowa.

e. Struktur Organisasi

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Gowa Nomor : 34 atau Perda No. 7 Tahun 2008 tentang tugas pokok, fungsi dan rincian tugas jabatan struktural pada Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Gowa sebagai salah satu Satuan Kerja Perangkat Daerah maka susunan organisasi Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Gowa adalah sebagai berikut :

1. Kepala Dinas
2. Sekretariat, dengan 3 (tiga) Sub. Bagian masing- masing :
 - a. Sub. Bagian Umum dan Kepegawaian
 - b. Sub. Bagian Perencanaan dan Pelaporan

- c. Sub. Bagian Keuangan
- 3. Bidang Perindustrian, dengan 3 (tiga) Seksi masing- masing :
 - a. Seksi Industri Pangan.
 - b. Seksi Industri Kimia dan Kerajinan
 - c. Seksi Industri Mesin, Logam dan Elektronika
- 4. Bidang Perdagangan :
 - a. Seksi Usaha dan Pendaftaran Perusahaan
 - b. Seksi Bina Usaha dan Sarana Distribusi
 - c. Seksi Pengawasan dan Pengendalian Distribusi Barang
- 5. Bidang Bina Pasar :
 - a. Seksi Sarana dan Prasarana
 - b. Seksi Retribusi
 - c. Seksi Penataan dan Penertiban
- 6. Bidang Promosi dan Pengembangan Ekspor :
 - a. Seksi Promosi
 - b. Seksi Kerjasama dan Kemitraan
 - c. Seksi Pengembangan Ekspor

Adapun jumlah pegawai pada Dinas Perdagangan dan Perindustrian sampai pada Tahun 2017 tercatat sebanyak 51 orang. Potensi Pegawai organisasi Dinas Perdagangan dan Perindustrian menurut Jabatan/Eselon, Pangkat/Golongan dan tingkat pendidikan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Pegawai Dinas Perdagangan dan Perindustrian Menurut Golongan

No	Golongan	Jumlah
1.	IV	5 Orang
2.	III	42 Orang
3.	II	4 Orang
4.	I	2 Orang
5.	Tenaga Kontrak	-
Jumlah		51 Orang

Sumber : Dinas Perdagangan dan Perindustrian, 2018.

Berdasarkan data yang disajikan di atas dapat diketahui bahwa terdapat 51 orang pegawai Dinas Perdagangan dan Perindustrian yang terdiri dari 42 orang golongan III dan Golongan IV terdiri 5 orang, Golongan II 4 orang, dan Golongan I terdiri dari 2 orang.

Tabel 3. Pegawai Dinas Perdagangan dan Perindustrian Menurut Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah
1.	SD	1 Orang
2.	SLTP	-
3.	SLTA	8 Orang
4.	Sarjana Muda	1 Orang
5.	Sarjana (S.1)	32 Orang
6.	Pasca Sarjana (S.2)	9 Orang
Jumlah		51 Orang

Sumber : Dinas Perdagangan dan Perindustrian, 2018.

Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Gowa tahun 2017 dengan jumlah pegawai sebanyak 51 Orang yang terdiri dari Pejabat Struktural sejumlah

17 orang, Pejabat Fungsional tidak ada, Staf berjumlah 34 orang, dan Pegawai Honorer berjumlah 5 orang.

Capaian pembangunan daerah tahun 2016-2021 pada Bidang penguatan ekonomi daerah berdasarkan kebijakan dan sasaran pembangunan dapat dilakukan dengan melihat capaian pembangunan pada periode sebelumnya yaitu tahun 2010-2015. Kebijakan pemberdayaan ekonomi daerah melalui peningkatan produktivitas industri dan Perdagangan dengan capaian Indikator sebagai berikut:

a. Bidang Perdagangan :

1. Kontribusi PDRB sektor perdagangan menjadi 663,809,7 % pada akhir tahun 2015. Rata-rata pencapaian pertahun sebesar 132.761,94%.
2. Informasi pasar barang kebutuhan masyarakat (kali) pada tahun 2011 berjumlah 48 kali, menjadi 260 kali pada tahun 2015. Tumbuh 260 kali selama 5 tahun atau rata-rata 52 kali /tahunnya
3. Ketersediaan sarana dan prasarana pasar tradisional sampai tahun 2015 sudah mencapai 16 kali dibangun/direhab, rata-rata 3 sampai 4 kali pertahunnya.
4. Perluasan pasar tujuan ekspor dan pasar lokal, regional serta nasional pada tahun 2011 memiliki 1 pasar luar negeri, dan menjadi 5 pasar luar negeri pada tahun 2015. Rata-rata terbangun 1 pasar luar negeri setiap tahunnya

b. Bidang Industri

1. Kontribusi PDRB sektor industri tumbuh mencapai 1.093.063,5% pada akhir tahun 2015. Rata-rata pertahunnya 218.612,7%
2. Kualitas kemasan dan label produk lokal pada tahun 2011 diperkirakan 3 komoditi, pada akhir tahun 2015 diperkirakan mencapai 45. Tumbuh 45 komoditi selama 5 tahun atau rata-rata 9 komoditi/tahunnya.
3. Kegiatan usaha yang tumbuh dibidang agroindustri pada tahun 2011 berjumlah 3 komoditi, sehingga pada tahun 2015 mampu mencapai 54 komoditi. Setiap tahunnya tumbuh rata-rata 10 sampai 11 komoditi.
4. Pemanfaatan area kawasan industri gowa (KIWA) pada tahun 2011 memiliki 10 HA, sehingga terjadi perluasan menjadi 100 HA pada tahun 2015. Jika dirata-ratakan pertahunnya mengalami perluasan sampai 20 HA.
5. Pertumbuhan industri kecil (industri rumah tangga dan industri kerajinan rakyat) berjumlah 8 unit pada tahun 2011, tumbuh menjadi 67 unit di tahun 2015.rata-rata tumbuh 13 unit pertahunnya.Jumlah sentra-sentra industri kecil sampai tahun 2015 sudah mencapai 30 sentra, rata-rata pertahunnya tumbuh sampai 6 sentra.
6. Berkembangnya 5 kluster pengintegrasian upaya pengentasan kemiskinan terpadu pada tahun 2011 berjumlah 30 unit, sehingga pada tahun 2015 meningkat menjadi 70 unit. Jika dirata-ratakan pertahunnya meningkat sebesar 50 unit.

5. Strategi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Gowa dalam pengembangan pelayanan

Strategi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Gowa dalam pengembangan pelayanan yaitu dengan mengetahui Faktor kunci keberhasilan yang berfungsi untuk lebih memfokuskan arah organisasi dalam rangka mencapai visi dan misi organisasi. Arah tersebut

dilakukan dengan cara menetapkan tujuan dan strateginya secara efektif dan efisien dengan mempertimbangkan faktor kunci tersebut.

Faktor-faktor kunci keberhasilan (critical success factors) merupakan faktor-faktor yang sangat berperan dalam pencapaian keberhasilan organisasi dalam memberikan pelayanan publik. Faktor-faktor ini ditetapkan dengan terlebih dahulu menganalisis lingkungan internal dan eksternal, dalam rangka menentukan tingkat urgensi dan dampak serta penentuan skala prioritas.

2.4.1 Kelemahan dan Kekuatan Internal

Analisis lingkungan internal pada dasarnya proses identifikasi yang menguraikan kekuatan dan kelemahan yang meliputi struktur organisasi, sumber daya manusia, pembiayaan, sarana dan prasarana. Analisis Lingkungan Internal dikelompokkan atas hal-hal yang merupakan kelemahan (weakness) atau kekuatan (strength) organisasi dalam mewujudkan pelayanan yang optimal kepada masyarakat. Adapun kelemahan-kelemahan yang dimiliki Dinas Perdagangan dan Perindustrian diantaranya :

1. Belum dilakukannya analisis beban kerja pada setiap sub unit kerja sebagai bahan untuk analisis dan menentukan berapa kebutuhan pegawai tiap Bidang.

2. Belum terpenuhinya proporsionalitas, kuantitas, kualitas, distribusi, dan komposisi SDM aparatur sesuai kebutuhan organisasi;
3. Kurangnya perencanaan, evaluasi/ monitoring terhadap pelaksanaan Kegiatan yang ada;
4. Terbatasnya sarana dan prasarana penunjang sesuai standar;
5. Lemahnya koordinasi antara bidang yang ada;
6. Belum optimalnya kualitas pelayanan baik di sector Perdagangan dan Perindustrian;
7. Belum terbangunnya Sistem Pelayanan melalui penerapan Teknologi Informasi;
8. Belum memiliki Standar Prosedur Pelayanan (SPP) dan Standar Pelayanan Minimal (SPM)

Untuk kegiatan bidang Perindustrian dan Perdagangan. Sedangkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki Dinas Perdagangan dan Perindustrian diantaranya :

1. Memiliki struktur organisasi dan tupoksi yang jelas sehingga tidak terjadi tumpang tindih dalam pelaksanaan tugas;
2. Jumlah sumber daya manusia aparatur cukup memadai;
3. Adanya kejelasan pembagian kewenangan, kedudukan, tugas dan fungsinya berupa peraturan, pedoman, juklak, juknis pada setiap operasional kegiatan;
4. Tersedianya dana untuk menunjang kegiatan-kegiatan dibidang Perdagangan dan Perindustrian
5. Memiliki perencanaan strategis sebagai acuan dalam pelaksanaan tupoksinya;
6. Adanya skala prioritas dalam program kerja;

7. Profesionalisme pegawai;

8. Kebijakan didasarkan kepada peraturan perundang-undangan yang berlaku;

Peluang dan Tantangan Eksternal yaitu :

Analisis lingkungan eksternal pada dasarnya adalah identifikasi terhadap kondisi lingkungan luar organisasi yang menguraikan peluang dan tantangan/ancaman yang terdiri dari lingkungan ekonomi, teknologi, sosial budaya, politik, ekologi dan keamanan. Identifikasi ini akan menghasilkan indikasi mengenai peluang (*opportunity*) dan tantangan (*threats*) organisasi dalam mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Analisis lingkungan eksternal menghasilkan peluang-peluang (*Opportunities*) dilingkungan Dinas Perdagangan dan Perindustrian, diantaranya :

1. Tersedianya peluang usaha dan investasi.
2. Adanya peningkatan peran serta masyarakat dalam pembangunan pada sektor industri dan perdagangan
- 3 Adanya dukungan peraturan perundang-undangan yang memadai
- 4 Adanya tuntutan masyarakat terhadap pelayanan prima Selain itu analisa lingkungan eksternal mengingatkan kepada tantangan (*treaths*) Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Gowa, diantaranya :

1. Krisis kepercayaan masyarakat kepada pemerintah
2. Sering terdapatnya perubahan produk hukum nasional
3. Persaingan yang makin ketat pada era globalisasi
4. Kebutuhan akan pelayanan di sektor Perdagangan dan Perindustrian yang lebih cepat, lebih baik dan lebih murah sebagai perwujudan *good governance*,

d. Strategi dan Kebijakan Dinas Perdagangan Dan Perindustrian

Strategi pembangunan di bidang Perdagangan dan Perindustrian yang ditetapkan guna mencapai tujuan dan sasaran, diwujudkan dalam bentuk kebijakan dan program. Kebijakan merupakan arah/ketentuan sebagai dasar untuk dijadikan pedoman atau petunjuk dalam melaksanakan program dan kegiatan agar tercapai kelancaran dan keterpaduan dalam mewujudkan tujuan dan sasaran. Sedangkan Program merupakan instrument kebijakan yang berisi kumpulan beberapa kegiatan yang sistematis dan terpadu yang dilaksanakan oleh Dinas atau Masyarakat yang dikoordinasikan oleh Dinas Perdastris Strategi dalam renstra Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Gowa tahun 2016-2021 adalah langkah- langkah upaya yang ditempuh untuk mewujudkan visi dan misi. Untuk itu strategi yang perlu dilakukan adalah :

1. Pemanfaatan teknologi dalam memperoleh dan memberi informasi harga barang kebutuhan pokok masyarakat dan barang strategis lainnya.
2. Mewujudkan ketersediaan Sarana dan Prasarana Metrologi Legal Daerah dan Pengawasan Usaha Perdagangan; Meningkatkan aksesibilitas masyarakat terhadap gudang SRG.
3. Mengembangkan kemampuan usaha PKL menjadi usaha mikro yang tangguh.
4. Peningkatan aksesibilitas masyarakat terhadap ketersediaan sarana dan prasarana Pasar yang representatif
5. Merevitalisasi IKM sesuai dengan prioritas dan kompetensi daerah dan mengoptimalkan keikutsertaan dalam event-event berskala Nasional dan Internasional

6. Peningkatan aksesibilitas usaha mikro terhadap lembaga lain (bank/non bank atau lembaga penyedia permodalan lainnya)
7. Pemberian pelatihan dan pendampingan bagi pelaku usaha industri; Pemberian fasilitasi terhadap pelaku usaha industri baik berupa sarana maupun prasarana
8. Mendorong pemakaian sumber daya lokal agar dapat menjadi produk unggulan daerah; Memfasilitasi terbentuknya sentra industri kecil dan menengah agar dapat berkembang.
9. Mewujudkan pembangunan kawasan industri
10. Memberikan peluang bagi aparatur sipil negara untuk mengikuti pendidikan dan pelatihan; Meningkatkan fasilitas dinas perindag untuk kelancaran pelaksanaan tugas aparatur.
11. Meningkatkan disiplin dengan memberikan pembinaan kepada aparatur
12. Meningkatkan tata laksana administrasi rencana dinas dan laporan

Untuk mengimplementasikan strategi dalam rangka mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan, maka perlu dirumuskan kebijakan-kebijakan strategis yang menjadi pedoman bagi perumusan dan ;operasionalisasi program lima tahun dari renstra Dinas Perdagangan dan Perindustrian . Kebijakan strategis tersebut, adalah :

1. Melakukan pemantauan dan pengawasan harga dan distribusi barang-barang kebutuhan pokok masyarakat dan barang strategis di setiap mata rantai distribusi

2. Mendorong terbentuknya UPTD metrologi Legal dan Perda Pengawasan terkait usaha dan Jenis Usaha yang beroperasi dalam Daerah; Memfasilitasi pengelolaan gudang SRG dengan memanfaatkan sumber daya dan komoditi lokal
3. Memfasilitasi terbentuknya lembaga yang mewadahi pedagang kakilima dan asongan
4. Melakukan revitalisasi / rehabilitasi pasar rakyat yang mengacu kepada karakteristik daerah
5. Memperkuat kelembagaan IKM dari segi struktur organisasi dan manajemen usaha
6. Memfasilitasi akses informasi antara usaha mikro dan lembaga lainnya
7. Meningkatkan kesadaran pelaku IKM akan arti pentingnya peningkatan kualitas sumber daya manusia/tenaga kerja
8. Meningkatkan produktivitas IKM agar dapat meningkatkan kapasitas produksi dan mutu produk
9. Meningkatkan peran serta kelompok industri dalam memberdayakan sumber daya alam lokal yang ada ; Mendorong sentra industri menghasilkan produk yang berkualitas
10. Mendorong terbentuknya kawasan industri dan kemudahan akses informasi industri guna menarik investor ; Menjamin ketersediaan fasilitas yang baik sehingga tercipta suasana kerja yang nyaman
11. Meningkatkan kemampuan dan disiplin kerja aparatur dalam penyelesaian tugas pokok dan fungsi aparat

12. Mendorong tersedianya dokumen-dokumen rencana dinas dan laporan kegiatan-kegiatan dinas perindag

e. Strategi Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam bidang perdagangan dan bina pasar

Pembangunan perdagangan dilakukan untuk meningkatkan kelancaran perdagangan di daerah. Perdagangan sebagai penggerak perekonomian masyarakat harus mampu dijaga perkembangannya. Distribusi barang kebutuhan pokok harus selalu tersedia dengan harga terjangkau, begitu pula dengan ketertiban peredaran barang dan jasa. Hal tersebut bisa dicapai dengan menentukan sasaran yang akan dicapai.

Adapun sasaran yang akan dicapai di bidang perdagangan adalah : “Terciptanya stabilisasi distribusi dan harga barang kebutuhan pokok dan Barang strategis lainnya di masyarakat“ dengan indikator sasaran yang ada dapat diukur melalui “persentase stabilisasi harga barang kebutuhan pokok dan barang strategis lainnya di pasar”.

Dalam proses Jual beli Dagang sering ditemukan kesalahan-kesalahan dalam bertransaksi dimana hal tersebut dapat merugikan salah satu pihak ,terkadang pihak yang sering dirugikan disini biasanya adalah pihak konsumen. ,maka Perlindungan Konsumen dengan Pengawasan Metrologi Legal sangat diperlukan dalam menciptakan transaksi Perdagangan yang sehat.

Pertumbuhan Wirausaha baru yang terus menerus menyebabkan permintaan Izin Usaha semakin meningkat, namun pemerintah daerah Kabupaten Gowa tidak serta merta mengeluarkan izin dengan mudah, perlu uji kelayakan perusahaan

apakah sudah memenuhi persyaratan dari jenis usaha, bahan produksi dan distribusi yang sesuai dengan regulasi yang ditetapkan pemerintah daerah mewujudkan semua itu, maka Dinas Perdastrri menentukan sasaran “Terawasinya Penerbitan Rekomendasi Izin Usaha yang layak dan Alat UTTP yang terstandarisasi” dengan indikator sasaran yang dapat diukur dengan ” Persentase Rekomendasi Izin Usaha yang Layak” dan “Pertumbuhan Alat UTTP bertanda Tera Sah / berlaku

Masyarakat kecil yang tidak memiliki Pendidikan dan keahlian yang cukup tidak mampu untuk mandiri, Usaha Kaki Lima dan Asongan adalah salah satu mata pencaharian yang paling efektif bagi mereka dalam menciptakan kemandirian. Sarana Distribusi juga perlu senantiasa dipelihara dan dijaga agar tercipta kelancaran Distribusi di Kabupaten Gowa. Untuk menentukan keberhasilannya maka Perdastrri mewujudkan sasaran “Terbinanya Pedagang Kaki Lima / Asongan dan Pengawasan Sarana Distribusi” dan indikator kinerja terukurnya adalah ”Persentase PKL dan Asongan yang mendapatkan Pembinaan” dan ”Persentase PKL dan Asongan yang beroperasi di Area Pasar”

Peran pasar bagi pembangunan Kabupaten Gowa sebagai penunjang yang sangat penting dimana pasar membantu pengadaan barang dan jasa yang dibutuhkan, menjadi sarana promosi dan produksi pelaku usaha dan menjadi lapangan kerja bagi masyarakat. Untuk dapat meningkatkan kelancaran kegiatan perdagangan di Kabupaten Gowa, maka diupayakan keberadaan pasar komoditas dan pasar umum dapat tersedia di setiap wilayah, kemudahan akses transportasi

dan prasarana yang memadai menjadi suatu kebutuhan yang tidak bisa ditunda lagi.

Pasar dapat pula mendanai pembangunan daerah dengan penarikan Pajak dan Retribusi dalam hal ini Perdastris sebagai Pengatur Pengelolaan Retribusi. Pasar yang terbangun sebagai aset daerah tentunya harus senantiasa dipelihara dan dijaga penataannya khususnya Penataan PKL dan Asongan yang berada di sekitar wilayah pasar, kemudian segala peraturan administratif yang mengikat pelaku usaha dalam menggunakan sarana tersebut harus senantiasa pula dipatuhi agar tercipta ketertiban dalam operasional pasar. Untuk mewujudkan hal tersebut maka ditetapkan sasaran “meningkatnya kualitas sarana dan prasarana perdagangan”, yang dapat diukur dengan indikator “persentase pasar rakyat tipe A”, “Persentase Peningkatan PAD melalui Retribusi Pasar” dan “Persentase Pedagang yang memiliki Kartu Pedagang, SIMK/SIML yang lengkap.

HASIL PENELITIAN

Penulis menguraikan hasil penelitian ini berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa dan untuk mengetahui hal-hal yang mempengaruhi strategi pemerintah daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa. Pejelasan lebih lanjut mengenai hasil penelitian ini diuraikan sebagai berikut.

B. Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Untuk mengetahui strategi pemerintah daerah dalam pengelolaan pasar tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa maka penelitian ini mengacu pada indikator Integral dan Sistem Pengendalian, Kepemimpinan, Motivasi dan Sistem, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Culture Organisasi. Untuk penjelasan lebih lanjut dalam penelitian maka disajikan uraian pada sub bab berikut.

1. Integral dan Sistem Pengendalian

Merupakan sasaran yang ingin dicapai oleh strategi pemerintah kabupaten Gowa yang dijabarkan secara rinci, dimana dibuatkan perencanaan. Perencanaan (program) ini terhubung dan terintegrasi dengan sasaran-sasaran yang memiliki capaian sasaran yang jelas dan juga memiliki sistem pengendalian. *Pertama*, aspek integral yang dimaksudkan terkait perencanaan pemerintah daerah yang dibuat bersinergi dengan program. Untuk mengetahui uraian perencanaan tersebut maka dilakukan wawancara dengan informan, Kepala Seksi Penataan dan Penertiban, Bidang Bina Pasar, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa yang mengatakan bahwa:

“kalau kita mengacu pada perencanaan strategis itu sendiri ada namanya program pembinaan usaha dan sarana perdagangan dari sini dari program ini kita bisa melihat ada upaya perencanaan revitalisasi / rehabilitasi pasar, Peningkatan sarana dan prasarana pasar, fasilitasi operasional pasar dan juga kita ada pendamping kegiatan pembangunan pasar”
(Hasil wawancara RM tanggal, 28 Agustus 2018)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas dapat diketahui bahwa dalam pengelolaan pasar terdapat program-program yang dilaksanakan salah satunya pembinaan usaha dan sarana perdagangan yang menyoroti upaya perencanaan dan revitalisasi pasar dan rehabilitasi pasar, peningkatan sarana dan prasarana, fasilitasi dan pendampingan seluruh kegiatan tersebut merupakan perencanaan yang terintegrasi dalam suatu program kerja yaitu program pembinaan usaha dan sarana perdagangan pasar.

Untuk memberikan penjelasan strategi khusus dari strategi pemerintah daerah dalam pengelolaan pasar tradisional Balang-balang, maka dilakukan wawancara dengan informan, Kepala Bidang Bina, Pasar Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa yang mengatakan bahwa:

“Iya ada, sementara pemerintah daerah Kab.gowa, merevisi dari nama pasar tradisional menjadi pasar rakyat. Dimana merubah image/pandangan bahwa pasar tradisional terkesan kumuh, kotor, premanisme menjadi pasar rakyat yang terkesan bersih, teratur, aman, nyaman & sehat dengan cara merubah tatanan pasar seperti penataan pedagang, lahan parkir (zonasi jenis jualan) membenahi tera ulang, penanganan sampah dan pembuatan ruang pengelolaan pasar yang berfungsi mengecek timbangan pedagan, alat teskip untuk mengecek kandungan berbahaya pada jualan”
(Hasil wawancara MA tanggal 28 Agustus 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa terdapat strategi khusus yang dilakukan pemerintah Kabupaten Gowa dalam pengelolaan pasar tradisional dengan cara merevisi nama pasar tradisional menjadi pasar rakyat karena selama ini ada stigma ditengah masyarakat yang menilai pasar tradisional sebagai pasar yang kumuh, kotor dan premanisme yang lekat pada pasar tradisional perubahan nama ini diikuti dengan perbaikan penataan pasar,

parkiran, perbaikan sarana operasional pasar, dan pengecekan barang-barang yang dijual.

Untuk mengetahui sasaran yang ingin dicapai dari pengelolaan pasar tradisional Balang-balang, maka dilakukan wawancara dengan informan, Kepala Seksi Penataan dan Penertiban Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa yang mengatakan bahwa:

“Sasaran yang ingin dicapai dari pengelolaan pasar tradisional yaitu agar para masyarakat atau konsumen cinta terhadap pasar daerahnya sendiri dimana pihak pengelola pasar melakukan cepat tanggap terhadap keluhan konsumen, misalnya keraguan terhadap timbangan pedagang, penanganan harga sembako agar rata atau sama anatar pedagang 1 dgn yang lainnya serta pemeriksaan keamanan makanan dengan pemeriksaan yang dilakukan oleh pihak Dinas terkait dengan kerjasama dengan pihak satgas pangan POLRES Gowa agar tetap terjamin keamanannya”
(Hasil wawancara RM, tanggal 5 September 2018)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas dapat dipahami bahwa sasaran dalam pengelolaan pasar tradisional Balang-balang merujuk kepada kualitas sarana prasarana pasar untuk kenyamanan dan keamanan pasar yang dioptimalkan dalam bentuk upaya cepat tanggap dalam menangani keluhan konsumen seperti timbangan, harga, serta jaminan keamanan khusus dalam jaminan keamanan telah dibentuk Satuan Tugas pangan Polres Gowa yang bertugas menjaga keamanan di wilayah pasar tradisional Balang-balang.

Tabel 4. Strategi dan Arah Kebijakan Pengelolaan Pasar

Sasaran	Indikator Sasaran	Strategi	Arah Kebijakan	Kebijakan
Meningkatnya kualitas sarana dan prasarana pasar	Persentase pasar rakyat tipe A	Peningkatan aksesibilitas masyarakat terhadap ketersediaan sarana dan prasarana Pasar yang representatif	Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana Pasar	Melakukan revitalisasi / rehabilitasi dan perubahan nama pasar tradisional ke pasar rakyat yang mengacu kepada karakteristik daerah
Terciptanya stabilisasi distribusi dan harga barang kebutuhan pokok masyarakat	Persentase perubahan harga barang kebutuhan pokok di pasar	Pemanfaatan teknologi dalam memperoleh dan memberi informasi harga barang kebutuhan pokok masyarakat dan barang strategis lainnya	Meningkatkan pengendalian peredaran barang-barang kebutuhan pokok masyarakat	Melakukan pemantauan dan pengawasan harga dan distribusi barang-barang kebutuhan pokok masyarakat dan barang strategis di setiap mata rantai distribusi

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa, 2018.

Berdasarkan data yang disajikan diatas dapat dipahami bahwa terdapat sasaran dalam pengelolaan pasar yang dilakukan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa yaitu meningkatnya kualitas sarana dan prasarana pasar dan terciptanya stabilisasi distribusi dan harga barang kebutuhan pokok masyarakat.

Untuk mengetahui perencanaan strategis ini sampai pada pengelola pasar maka dilakukan wawancara dengan informan, Kepala Pasar Tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa yang mengatakan bahwa:

“Untuk target pengelolaan pasar tradisional menjadi pasar rakyat sementara masih berjalan disetiap pasar tradisional kalau masalah ini pengelolaannya sudah lebih bagus sekarang ini perlahan-lahan akan dibenahi sarananya juga untuk keamanan sudah pihak kepolisian yang terlibat sementara dinas juga memantau harga ini yang buat harga menjadi stabil sama itu kelayakan fasilitasnya, kalau untuk teknologi saya rasa masih terlalu jauh”
(Hasil wawancara SA, tanggal 24 Agustus 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa untuk target meningkatnya kualitas sarana dan prasarana pasar sementara dalam proses pembenahan fasilitas pasar rakyat strategi dengan sasaran peningkatan aksesibilitas masyarakat terhadap ketersediaan sarana dan prasarana Pasar yang representative dapat disimpulkan belum tercapai karena masih dalam proses pembenahan namun untuk sasaran pemanfaatan teknologi dalam memperoleh dan memberi informasi harga barang kebutuhan pokok masyarakat dan barang strategis masih belum dilakukan sementara stabilitas harga sudah dapat dikontrol dengan baik oleh pemerintah Kabupaten Gowa.

Selanjutnya untuk melihat capaian sasaran dari strategi pemerintah Kabupaten Gowa dalam Pengelolaan Pasar Tradisional, untuk lebih jelasnya dapat disajikan pada tabel berikut.

Tabel. 5. Capaian Sasaran Pengelolaan Pasar dan Stabilitas Harga Pasar

Capaian Sasaran	2015	2016	2017	2018
persentase pasar rakyat yang beroperasi dengan baik(%)	13	48	55	61
persentase stabilisasi harga barang kebutuhan pokok dan barang strategis lainnya di pasar.(%)	92,5	94,3	95,5	95,5
cakupan produk yang dapat diakses oleh pasar(produk)	70	10	12	16

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa, 2018.

Berdasarkan tabel yang disajikan diatas dapat diketahui bahwa persentase pasar rakyat yang beroperasi dengan baik tekah mencapai 61 % tahun 2018, kemudian persentase stabilisasi harga barang kebutuhan pokok dan barang strategis lainnya di pasar yaitu 95,5 % ,dan cakupan produk yang dapat diakses oleh pasar(produk) yaitu 16 %.

Kedua, terkait sistem pengendalian dalam capaian sasaran dari strategi pemerintah Kabupaten Gowa dalam Pengelolaan Pasar yang pada khususnya membahas pasar tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa, dikemukakan oleh informan, Kepala Bidang Bina Pasar Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa yang mengatakan bahwa:

“kalau kita bicara target pengelolaan pasar tradisional saya rasa belum dapat kita lihat sekarang hasilnya secara maksimal karena bertahap untuk menjadi pasar rakyat sementara masih berproses disetiap pasar tradisional khusus Balang-Balang Kabupaten Gowa untuk ini memang kita mesti rampungkan prasarana seperti tempat parkir untuk mencegah kemacetan dijalan, kalau untuk stabilitas harga kita pasti kontrol secara berkala”

(Hasil wawancara MA, tanggal 7 September 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa strategi pemerintah

Kabupaten Gowa memprioritas pada perbaikan sarana pasar rakyat agar dapat

beroperasi proses perbaikan sarana memprioritas sarana tempat parkir yang menimbulkan masalah kemacetan pada area jalan dekat pasar Balang-Balang namun pencapaian sasara untuk stabilitas harga di pasar tradisional terkontrol dengan baik oleh pemerintah hal ini didukung oleh hasil wawancara dan data yang disajikan menunjukkan 95 % stabilitas persentase stabilisasi harga barang kebutuhan pokok dan barang strategis di pasar.

Pada hasil penelitian ini penulis melihat bahwa belum tercapainya target pemerintah dalam pengelolaan pasar disebabkan sarana dan prasarana pasar sementara dalam proses pembenahan adapun strategi pemerintah Kabupaten Gowa yang menganti nama dari pasar tradisional menjadi pasar rakyat sebagai langkah awal namun yang penting disini adalah pemerintah perlu memprioritas pada perbaikan sarana pasar rakyat terutama tempat parkir yang menimbulkan masalah kemacetan.

2. Kepemimpinan, Motivasi dan Sistem Komunikasi

Komunikasi gaya kepemimpinan dari pemerintah daerah yang terkait dalam menggerakkan *stakeholders* pengelolaan pasar tradisional Balang-balang kabupaten Gowa sehingga mampu memberikan motivasi kepada jajaran aktor terkait serta sistem komunikasi yang dimiliki harus baik guna mencapai tujuan yang ingin dicapai.

Pertama, terkait aspek kepemimpinan merujuk pada gaya komunikasi pimpinan dalam hal ini SKPD terkait yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa, maka dilakukan wawancara dengan informan, Kepala Bidang

Bina Pasar Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa yang mengatakan bahwa:

“Arahan dari pimpinan mengharapkan kepada pengelola pasar agar dapat mengarahkan para pedagang tidak menggunakan bahu jalan atau tertib sesuai lokasi yang disediakan, sehingga tidak menimbulkan masalah yang baru lagi yang mengganggu ketertiban masyarakat”
(Hasil wawancara MA, tanggal 28 Agustus 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa terdapat arahan bagi pengelola pasar untuk mengarahkan pedagang tidak menggunakan bahu jalan atau tertib menjual pada lokasi yang ditelah disediakan. Untuk mengetahui pandangan pengelola Pasar Tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa terhadap kepemimpinan dalam pengelolaan pasar maka dilakukan wawancara dengan, Kepala Pasar Tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa yang mengatakan:

“iya, pimpinan selalu melakukan evaluasi kerja pengelola pasar tiap per 3 bulan baik dari segi kemampuan mengatur pedagang agar tertib, kemampuan mengatur lokasi diatur sesuai jenis jualannya”
(Hasil wawancara SA, tanggal 7 September 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa untuk dievaluasi mengenai pengelolaan pasar dilakukan secara berkala yaitu setiap 3 bulan sekali yang diatur adalah ketertiban pedagang berdasarkan zonasi yang ditentukan berdasarkan tempat dan jenis jualan.

Kedua, aspek motivasi yang diberikan dalam pelaksanaan pengelolaan pasar dapat diketahui secara tersirat dari hasil wawancara dengan informan, Kepala Seksi Penataan dan Penertiban, Bidang Bina Pasar, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa yang mengatakan bahwa:

“kita didorong untuk selalu memberikan pengawasan terhadap situasi dilapangan untuk tetap fokus memperhatikan sarana prasarana pasar yang ada di Balang-balang terutama ini penjual yang kadang banyak dia ambil tempat dan juga sudah menjorok ke lokasi jalan memastikan juga sarana prasarana pasar tetap dijaga”
(Hasil wawancara RM, tanggal 28 Agustus 2018)

Dari hasil wawancara dapat dipahami bahwa ada motivasi yang diberikan kepada pegawai dinas Perindustrian dan Perdagangan untuk memperhatikan kondisi sarana prasarana pasar dan juga dorongan pada pengelolaan pasar untuk lakukan pengawasan terhadap perilaku pedagang yang tidak tertib menjual diluar di lokasi yang telah ditentukan zonasinya.

Ketiga, pada sistem komunikasi terdapat interaksi dengan pihak pengelola pasar sebagaimana yang dikemukakan oleh informan, Kepala Pasar Tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa yang mengatakan:

“interaksi yang dilakukan yaitu pihak pengelola pasar apabila ada kegiatan yang tidak sesuai dia melaporkan ke Dinas perindustrian perdagangan begitu pun sebaliknya ketika ada laporan masuk ke dinas terkait nantinya akan di lakukan pengecekan dilokasi pasar tersebut”
(Hasil wawancara SA, tanggal 5 September 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa terdapat proses interaksi pengelola pasar dengan Dinas Perindustrian Perdagangan untuk mengecek jika ada ketidaksesuaian prosedur berdasarkan kondisi yang terjadi di pasar. Untuk memperoleh informasi lebih lanjut mengenai proses interaksi tersebut maka dilakukan wawancara dengan informan, Kepala Bidang Bina Pasar Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa yang mengatakan bahwa:

“salah bentuk komunikasi yang efektif yaitu pihak pengelola pasar wajib datang ke kantor dinas perindustrian untuk melakukan setor uang iuran pasar dimana dilakukan setiap minggunya dan melaporkan apa yang

terjadi dipasar baik itu masalah yang muncul ataupun masukan dari para pedagang”
(Hasil wawancara MA, tanggal 27 Agustus 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa bentuk komunikasi yang dinilai efektif adalah pengelola pasar mendatangi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa untuk melakukan penyetoran iuran pasar setiap minggu sekaligus pelaporan yang dilakukan menjelaskan tentang kondisi pasar dan masalah pedagang di pasar Tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa.

Penulis melihat aspek kepemimpinan dan manajemen muncul dari arahan bagi pengelola pasar untuk mengatur pedagang tidak menggunakan bahu jalan atau tertib menjual pada lokasi yang ditelah disediakan dari penelitian ini juga ada proses interaksi pengelola pasar dengan Dinas dalam rangka mengecek jika ada ketidaksesuaian kondisi di Pasar. Bentuk komunikasi yang dinilai efektif adalah pengelola pasar mendatangi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa untuk melakukan penyetoran iuran namun penulis menilai harus ada sanksi jika penyetoran iuran ini tidak dilakukan tepat waktu.

3. Manajemen Sumber Daya Manusia dan Kultur Organisasi

Komponen implementasi dalam pengelolaan pasar tradisional Balang-balang harus ditangani dengan baik dimana yang pertama, menempatkan aktor pengelola pasar sesuai dengan kemampuan yang dimiliki atau sesuai dengan *job description* dan yang kedua, pemerintah daerah melaksanakan pelatihan dan pengembangan bagi pengelola pasar agar dalam memiliki kemampuan manajemen yang baik.

Pertama, aspek rekrutmen SDM yang menjadi perhatian pada penelitian.

Untuk memperoleh penjelasan terkait hal tersebut maka dilakukan wawancara dengan informan, Kepala Bidang Bina Pasar Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa yang mengatakan bahwa:

“Penunjukan kepala pasar ditunjuk oleh Dinas Perindustrian & perdagangan dengan melakukan komunikasi pemerintah setempat seperti kepala kelurahan atau kepala desa & yang biasanya ditunjuk sebagai kepala pasar yaitu tokoh masyarakat setempat, begitupun pengelola pasar mulai dari pihak keamanan, pengelola parkir, kebersihan ditunjuk oleh kepala pasar”

(Hasil wawancara MA, tanggal 5 September 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas menekankan bahwa adanya proses rekrutmen SDM pengelola pasar seperti pihak keamanan, pengelola parkir, pengurus kebersihan, dan kepala pasar yang ditunjuk oleh Dinas Perindustrian & perdagangan setelah melalui proses komunikasi dengan pihak kelurahan atau kepala desa dengan kriteria orang yang dikenal masyarakat atau tokoh masyarakat.

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan, Kepala Seksi Penataan dan Penertiban Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa yang mengatakan bahwa:

“kalau untuk perekrutannya sendiri ini pengelola pasar tidak mesti sesuai dengan keahliannya tapi seperti apa yang saya utarakan tadi pak bidang bina pasar itu bahwa diutamakan toko masyarakat terdekat dan mampu mengatur pasar tersebut dengan baik dan tidak menimbulkan konflik ditengah masyarakat”

(Hasil wawancara RM, tanggal 7 September 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa pengelola pasar tidak perlu memiliki kompetensi khusus yang paling diutamakan adalah tokoh masyarakat yang dipilih adalah yang terdekat serta sanggup mengatur pasar

dengan baik dan memiliki kemampuan untuk mencegah konflik yang dapat muncul dalam pengelolaan pasar.

Kedua, pengembangan kemampuan atau kompetensi SDM yang dilibatkan dalam pengelolaan pasar Balang-Balang. Untuk mengetahui upaya pengembangan kemampuan aparat pengelola pasar, maka dilakukan wawancara dengan informan, Kepala Bidang Bina Pasar Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa yang mengatakan bahwa:

“Iya ada biasanya dilakukan Bimbingan Teknis kepada setiap kepala pasar tradisional nantinya hasil BIMTEK diharapkan kepala pasar mampu menerapkannya setiap pedagang yang ada di pasar tradisional disitu diberikan pengetahuan tentang pentingnya pengelolaan yang baik itu seperti penataan”

(Hasil wawancara MA, tanggal 28 Agustus 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan pasar maka kepala pasar diberikan pelatihan melalui Bimtek atau Bimibingan Teknis yang bertujuan memberikan pembekalan pengetahuan dalam mengelola pasar yang baik pada pelatihan tersebut lebih banyak menjelaskan secara teknis pengelolaan teknis seperti penataan pasar dan pedagang sehingga pembekalan bagi kepala pasar ini dapat menjadi salah satu upaya meningkatkan kapasitas pengelola pasar.

Penulis melihat proses rekrutmen yang perlu dibenahi karena walaupun telah dipilih dari tokoh masyarakat (hasil dari proses komunikasi dengan pihak kelurahan atau kepala desa) namun pengalaman dan pengetahuan dalam pengelolaan pasar perlu dikedepankan meskipun pada akhirnya nanti mereka dibekali pendidikan atau pelatihan melalui bimbingan teknis namun Bimbingan teknis tersebut dilakukan secara singkat.

Secara keseluruhan hasil penelitian tentang Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa menunjukkan bahwa dalam pengelolaan pasar terdapat program-program yang dilaksanakan salah satunya pembinaan usaha dan sarana perdagangan yang menyoroti upaya perencanaan dan revitalisasi pasar dan rehabilitasi pasar, peningkatan sarana dan prasarana, fasilitasi dan pendampingan seluruh kegiatan tersebut merupakan perencanaan yang terintegrasi dalam suatu program kerja yaitu program pembinaan usaha dan sarana perdagangan pasar.

Terdapat strategi khusus yang dilakukan pemerintah Kabupaten Gowa dalam pengelolaan pasar tradisional dengan cara merevisi nama pasar tradisional menjadi pasar rakyat karena selama ini ada stigma ditengah masyarakat yang menilai pasar tradisional sebagai pasar yang kumuh, kotor dan premanisme yang lekat pada pasar tradisional perubahan nama ini dikuti dengan perbaikan penataan pasar, parkir, perbaikan sarana operasional pasar, dan pengecekan barang-barang yang dijual.

Sasaran dalam pengelolaan pasar tradisional Balang-balang merujuk kepada kualitas sarana prasarana pasar untuk kenyamanan dan keamanan pasar yang dioptimalkan dalam bentuk upaya cepat tanggap dalam menangani keluhan konsumen seperti timbangan, harga, serta jaminan keamanan khusus dalam jaminan keamanan telah dibentuk Satuan Tugas pangan Polres Gowa yang bertugas menjaga keamanan di wilayah pasar tradisional Balang-balang.

Terdapat sasaran dalam pengelolaan pasar yang dilakukan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa yaitu meningkatnya kualitas

sarana dan prasarana pasar dan terciptanya stabilisasi distribusi dan harga barang kebutuhan pokok masyarakat.

Untuk target meningkatnya kualitas sarana dan prasarana pasar sementara dalam proses pembenahan fasilitas pasar rakyat strategi dengan sasaran peningkatan aksesibilitas masyarakat terhadap ketersediaan sarana dan prasarana Pasar yang representative dapat disimpulkan belum tercapai karena masih dalam proses pembenahan namun untuk sasaran pemanfaatan teknologi dalam memperoleh dan memberi informasi harga barang kebutuhan pokok masyarakat dan barang strategis masih belum dilakukan sementara stabilitas harga sudah dapat dikontrol dengan baik oleh pemerintah Kabupaten Gowa.

Persentase pasar rakyat yang beroperasi dengan baik telah mencapai 61 % tahun 2018, kemudian persentase stabilisasi harga barang kebutuhan pokok dan barang strategis lainnya di pasar yaitu 95,5 % ,dan cakupan produk yang dapat diakses oleh pasar(produk) yaitu 16 %.

Strategi pemerintah Kabupaten Gowa memprioritaskan pada perbaikan sarana pasar rakyat agar dapat beroperasi proses perbaikan sarana memprioritaskan sarana tempat parkir yang menimbulkan masalah kemacetan pada area jalan dekat pasar Balang-Balang namun pencapaian sasaran untuk stabilitas harga di pasar tradisional terkontrol dengan baik oleh pemerintah hal ini didukung oleh hasil wawancara dan data yang disajikan menunjukkan 95 % stabilitas persentase stabilisasi harga barang kebutuhan pokok dan barang strategis di pasar.

Terdapat arahan bagi pengelola pasar untuk mengarahkan pedagang tidak menggunakan bahu jalan atau tertib menjual pada lokasi yang telah disediakan.

Untuk dievaluasi mengenai pengelolaan pasar dilakukan secara berkala yaitu setiap 3 bulan sekali yang diatur adalah ketertiban pedagang berdasarkan zonasi yang ditentukan berdasarkan tempat dan jenis jualan. Dari hasil penelitian diketahui ada motivasi yang diberikan kepada pegawai dinas Perindustrian dan Perdagangan untuk memperhatikan kondisi sarana prasarana pasar dan juga dorongan pada pengelolaan pasar untuk lakukan pengawasan terhadap perilaku pedagang yang tidak tertib menjual diluar di lokasi yang telah ditentukan zonasinya.

Terdapat proses interaksi pengelola pasar dengan Dinas Perindustrian Perdagangan untuk mengecek jika ada ketidaksesuaian prosedur berdasarkan kondisi yang terjadi di pasar. Bentuk komunikasi yang dinilai efektif adalah pengelola pasar mendatangi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa untuk melakukan penyetoran iuran pasar setiap minggu sekaligus pelaporan yang dilakukan menjelaskan tentang kondisi pasar dan masalah pedagang di pasar Tradisional Balang-balang Kabupaten Gowa.

Dari hasil penelitian ini diketahui adanya proses rekrutmen SDM pengelola pasar seperti pihak keamanan, pengelola parkir, pengurus kebersihan, dan kepala pasar yang ditunjuk oleh Dinas Perindustrian & perdagangan setelah melalui proses komunikasi dengan pihak kelurahan atau kepala desa dengan kriteria orang yang dikenal masyarakat atau tokoh masyarakat. Pengelola pasar tidak perlu memiliki kompetensi khusus yang paling diutamakan adalah tokoh masyarakat yang dipilih adalah yang terdekat serta sanggup mengatur pasar

dengan baik dan memiliki kemampuan untuk mencegah konflik yang dapat muncul dalam pengelolaan pasar.

Untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan pasar maka kepala pasar diberikan pelatihan melalui Bimtek atau Bimibingan Teknis yang bertujuan memberikan pembekalan pengetahuan dalam mengelola pasar yang baik pada pelatihan tersebut lebih banyak menjelaskan secara teknis pengelolaan teknis seperti penataan pasar dan pedagang sehingga pembekalan bagi kepala pasar ini dapat menjadi salah satu upaya meningkatkan kapasitas pengelola pasar.

C. Faktor yang mempengaruhi strategi pemerintah daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa

Pada bagian ini diuraikan tentang pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap pelaksanaan program strategi pemerintah daerah dalam pengelolaan pasar tradisional Balang-balang di Kabupaten Gowa yang diuraikan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemerintah daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa.

1. Perilaku Masyarakat

Untuk memperoleh penjelasan tentang faktor perilaku masyarakat ini, maka dilakukan wawancara dengan informan, Kepala Bidang Bina Pasar Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa yang mengatakan bahwa:

“masalah utama yang sering muncul yaitu kemacetan, pedagang baru atau pedagang musiman yang menempati ruas jalan sehingga menimbulkan kemacetan, sehingga kami pernah mencoba bekerja sama oleh beberapa pihak baik dari pemerintah setempat dalam hal ini kepala desa, Satuan SATPOL PP, Dinas Perhubungan dalam penanganan kemacetan disetiap hari pasarnya”

(Hasil wawancara MA, tanggal 27 Agustus 2018)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan di atas dapat diketahui bahwa faktor yang berpengaruh secara langsung dari pengelolaan pasar tradisional Balang-balang adalah kemacetan yang terjadi akibat aktivitas jual beli di pasar yang tidak tertib terutama yang ditimbulkan oleh pedagang musiman yang menempati ruas jalan. Kondisi kemacetan tersebut membuat pemerintah perlu melibatkan SKPD lain yaitu Satpol PP untuk menertibkan pedagang yang menyebabkan kemacetan.

Hasil wawancara lainnya juga dikemukakan oleh masyarakat/konsumen pasar yang mengemukakan bahwa:

“ini kodong kalau mauki belanja masuk kedalam sebaiknya ini nda boleh diizinkan itu kendaraan lagi pedagang masuk keluar bisa-bisa dia senggol kita masa kita belanja jalan kaki tapi ada juga kendaraan lalu lalang masuk kenapa memang tidak kamu atur barangmu pagi-pagi sebelum data pelanggan”

(Hasil wawancara HR, tanggal 5 September 2018)

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa ketertiban pasar tradisional balang-balang masih menjadi kendala dalam pengelolaan pasar pedagang terkadang memasukan kendaraan mereka terlalu ke dalam area pasar sehingga menyulitkan konsumen untuk masuk ke dalam pasar.

Dari hasil penelitian ini penulis melihat faktor perilaku masyarakat yang terdiri dari pedagang dan pembeli kurang tertib hal perilaku, masyarakat sudah terbiasa dengan kesemrawutan kendaraan dan perilaku pedagang yang berjualan semaunya tanpa memperhatikan ketertiban pasar kondisi ini perlu diperhatikan oleh pemerintah dalam pelaksanaan program yang telah dicanangkan.

2. Kondisi Sarana Prasarana

Selain itu faktor kondisi sarana prasarana juga berpengaruh langsung pada pengelolaan pasar Balang-balang yaitu lingkungan pasar yang prasarana jalan belum diperbaiki hal ini dikemukakan oleh informan pedagang di pasar tradisional Balang-balang di Kabupaten Gowa yang mengatakan bahwa:

“maunya ini jalanan diaspal atau disemen supaya kalau hujan tidak becek kasian ibu apalagi kalau pakai daster ke pasar kotor dasternya tidak mau nanti ke pasar lebih dia pilih indomaret atau alfa belanja, belum lagi barang kita kalau mau dibawah masuk tidak bisa cepat itu kasian”
(Hasil wawancara DM, tanggal 4 September 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa masalah yang sangat berpengaruh adalah kondisi jalanan yang belum dibenahi jalanan yang masuk ke dalam pasar belum disemen secara sempurna sehingga dalam kondisi hujan jalanan menjadi becek dan membuat masyarakat atau pembeli menjadi tidak nyaman jalan di pasar.

Selanjutnya informan DM, pedagang lainnya di pasar tradisional Balang-balang di Kabupaten Gowa, menjelaskan bahwa:

“kalau disini masalah parkir terutama ini biasa penuh banyak yang pakai motor, untung pakai motor tapi kalau sudah ada yang pakai mobil bagaimana ini tambah macet toh itu tadi ada yang marah karena tidak bisa keluar kendaraannya belum lagi diluar langsung berhadapan sama jalan poros”
(Hasil wawancara, tanggal 4 September 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa kondisi parkir kendaraan menjadi persoalan karena kapasitasnya sudah tidak lagi mencukupi belum lagi posisi pasar yang berhadapan dengan jalan poros malino sehingga menimbulkan kemacetan.

Dari penelitian ini penulis menyimpulkan bahwa kondisi jalanan yang belum dibenahi, kondisi parkir yang kurang memadai untuk kendaraan yang berada dekat dengan poros jalan Malino merupakan hal perlu mendapat perhatian pemerintah karena lokasi yang terlalu dekat dengan jalan poros maka potensi kemacetan tentu besar oleh karena itu pembenahan sarana jalan dan kondisi parkir yang diperluas kapasitas mesti dipikirkan oleh Pemerintah Daerah.

3. Tidak Adanya Aturan Tertulis

Faktor lainnya yaitu tidak adanya aturan tertulis hal ini dapat diketahui secara tersirat melalui hasil wawancara dengan informan masyarakat/konsumen pasar yang lain, yang mengemukakan bahwa:

“pasar ini masih perlu banyak pembenahan terutama jalanan yang sempit tempat parkir sama ketertibannya tidak ada aturan yang jelas ditulis ini sebenarnya perlu dan harus dibudayakan kalau begini ndak teratur sekalian perbaiki tempat ini masih tenda-tenda kalau bocor atau rusak pasti panas atau kalau hujan basah kita”

(Hasil wawancara AA, tanggal 5 September 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa bahwa tidak adanya aturan tertulis yang jelas untuk menjaga ketertiban pasar sehingga terjadi kesemrawutan kondisi konsumen dan pedagang. Selanjut faktor yang berpengaruh secara tidak langsung adalah pengorganisasian pengelola pasar tidak mampu mengontrol dengan baik aktifitas pedagang di pasar tradisional Balang-balang di Kabupaten Gowa, hal ini dikemukakan oleh informan pedagang di pasar tradisional Balang-balang di Kabupaten Gowa yang mengungkapkan bahwa:

“ini saya liat pengelola pasar ini tidak ada perbaikan saya liat mau diusahakan kan bisa dia itu minta sama dinas untuk perbaikannya dipercepat kan ini sebenarnya tergantung pengelolaannya jadi kalau ada usaha yang nyata

saya rasa bisa ini dikelola dengan baik ndak sama sekarang ini selalu ada masalah kemacetan tiap hari pasar”
(Hasil wawancara DS, tanggal 4 September 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa pengoorganisasian dari pengelola pasar kurang berfungsi secara optimal hal ini terlihat dari kurangnya perhatian dari kondisi pasar saat ini dengan permasalahan kesemrawutan penataan pasar oleh karena itu manajemen penataan pasar perlu mendapat perhatian dari Dinas terkait dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa untuk mengevaluasi kinerja pengelola pasar dengan memberikan arahan tentang penataan lokasi pasar agar kondisi pasar Balang-balang dapat segera ditertibkan.

Dari penelitian ini penulis menyimpulkan perlunya pengaturan dari sisi pengorganisasi yang tegas terutama dalam mengoptimalkan aturan-aturan tertulis sebagai aturan yang mengikat bagi masyarakat untuk berperilaku tertib jika tidak ada upaya-upaya seperti ini maka kesemrawutan pada pasar tradisional Balang-balang akan terus terjadi karena kurang aturan tertulis yang tegas.

Hasil penelitian pada faktor yang mempengaruhi strategi pemerintah daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa menunjukkan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap pelaksanaan program strategi pemerintah daerah dalam pengelolaan pasar tradisional Balang-balang di Kabupaten Gowa. Secara langsung yang dapat diamati dari pengelolaan pasar tradisional Balang-balang adalah kemacetan yang terjadi akibat aktivitas jual beli di pasar yang tidak tertib terutama yang ditimbulkan oleh pedagang musiman yang menempati ruas jalan. Kondisi kemacetan

tersebut membuat pemerintah perlu melibatkan SKPD lain yaitu Satpol PP untuk menertibkan pedagang yang menyebabkan kemacetan.

Masalah yang sangat berpengaruh adalah kondisi jalanan yang belum dibenahi jalanan yang masuk ke dalam pasar belum disemen secara sempurna sehingga dalam kondisi hujan jalanan menjadi becek dan membuat masyarakat atau pembeli menjadi tidak nyaman jalan di pasar.

Kondisi parkir kendaraan menjadi persoalan karena kapasitasnya sudah tidak lagi mencukupi belum lagi posisi pasar yang berhadapan dengan jalan poros malino sehingga menimbulkan kemacetan. Ketertiban pasar tradisional balang-balang masih menjadi kendala dalam pengelolaan pasar pedagang terkadang memasuk kendaraan mereka terlalu ke dalam area pasar sehingga menyulitkan konsumen untuk masuk ke dalam pasar.

Dari penelitian ini diketahui tidak adanya aturan tertulis yang jelas untuk menjaga ketertiban pasar sehingga terjadi kesemrawutan kondisi konsumen dan pedagang. Selanjut faktor yang berpengaruh secara tidak langsung adalah pengoorganisasian pengelola pasar tidak mampu mengotrol dengan baik aktifitas pedagang di pasar tradisional Balang-balang di Kabupaten Gowa. Pengoorganisasian dari pengelola pasar kurang berfungsi secara optimal hal ini terlihat dari kurangnya perhatian dari kondisi pasar saat ini dengan permasalahan kesemrawutan penataan pasar oleh karena itu manajemen penataan pasar perlu mendapat perhatian dari Dinas terkait dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa untuk mengevaluasi kinerja pengelola pasar

dengan memberikan arahan tentang penataan lokasi pasar agar kondisi pasar Balang-balang dapat segera ditertibkan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Integral dan Sistem Pengendalian, pada aspek ini menyoroti upaya perencanaan melalui revitalisasi pasar, rehabilitasi pasar, peningkatan sarana dan prasarana, fasilitasi, dan pendampingan seluruh kegiatan tersebut merupakan perencanaan yang terintegrasi dalam suatu program kerja yaitu program pembinaan usaha dan sarana perdagangan pasar. Kepemimpinan, motivasi, dan sistem komunikasi, menunjukkan arahan bagi pengelola pasar untuk mengarahkan pedagang tidak menggunakan bahu jalan atau tertib menjual pada lokasi yang ditelah disediakan, motivasi yang diberikan kepada pegawai dinas untuk memperhatikan kondisi sarana prasarana pasar dan juga dorongan pada pengelolaan pasar untuk lakukan pengawasan. Bentuk komunikasi yang dinilai efektif adalah pengelola pasar mendatangi Dinas terkait untuk melakukan penyeteroran iuran pasar setiap minggu sekaligus pelaporan yang dilakukan menjelaskan tentang kondisi pasar dan masalah pedagang di pasar. Untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan pasar maka kepala pasar diberikan pelatihan melalui Bimtek atau Bimbingan Teknis.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemerintah daerah dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Balang-Balang Kabupaten Gowa yaitu

perilaku masyarakat terlihat dari perilaku pedagang dan pembeli kurang tertib, kondisi sarana prasana terlihat dari kondisi jalanan (akses jalan dan bangunan belum permanan) yang belum dibenahi jalanan yang masuk ke dalam pasar belum disemen secara sempurna sehingga dalam kondisi hujan jalanan menjadi becek dan membuat masyarakat atau pembeli menjadi tidak nyaman jalan di pasar. Kemudian tidak adanya aturan tertulis yang jelas untuk menjaga ketertiban pasar sehingga terjadi kesemrawutan kondisi konsumen dan pedagang.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka perlu dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Diperlukan aturan tertulis terkait tata tertib di pasar untuk meminimalisir kesemrawutan perilaku pedagang dan konsumen di pasar Balang-balang di Kabupaten Gowa.
2. Diperlukan komunikasi yang intensif dengan Dinas Perindustrian dan perdagangan mengenai keadaan yang sebenar terjadi di lokasi pasar tradisional agar strategi pengantian nama pasar tradisional menjadi pasar rakyat mengalami perubahan yang berarti bagi masyarakat.
3. Prioritas pemerintah berdasarkan hasil penelitian ini diperlukan pembinaan kembali bagi pihak pengelola pasar agar mengerti tentang manajemen pasar yang baik untuk itu perlu difasilitasi oleh dinas Dinas Perindustrian dan perdagangan kabupaten Gowa.

DAFTAR PUSTAKA

- Apandi.2017. Peran Pemerintah dalam Perlindungan Terhadap para Pedagang Pasar Tradisional. <http://repository.unpas.ac.id/31665/5/BAB%20II.pdf>
- Asshiddiqie, Jimly.2014. Konstitusi dan Konstitusionalisme Indonesia, Jakarta, Sinar Grafika.
- Azis, Abd. 2017. Implementasi Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan Pasar Tradisional di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Diakses pada tanggal 21 Februari 2018, pada jurnal Kolaborasi Vol.3 No. 2. <http://journal.unismuh.ac.id/index.php/kolaborasi/article/view/898>
- Berita Kota Makassar. 2017. Dinas Padastri Tata Pedagang Pasar Balang-balang. Diakses tanggal 21 Februari 2018. <http://beritakotamakassar.fajar.co.id/berita/2017/03/14/dinas-perdastri-tata-pedagang-pasar-balang-balang/>
- Cahyono, Puguh. 2016. Implementasi strategi pemasaran dengan menggunakan Metode SWOT dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan dan Kematian pada PT. Prudential Cabang lamongan. Diaksestanggal 1 Maret 2018.Vol.I No.2, Februari. <http://journal.unisla.ac.id/pdf/113122016/puguh%20cahyono%20129-138.pdf>
- Dwi Wijaya, Agung. 2017. Analisis Kualitas Fisik Susu Segar yang Dijual di Pasar Tradisional Kota Yogyakarta. Diakses tanggal 20 Februari pada Universitas MercuBuana Yogyakarta. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/1084/>
- Fauzi, Ahmad., 2015, Analisis Peranan Pemerintah Daerah terhadap Anak Putus Sekolah di KabupatenWajo, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar, Makassar.
- Hartanto, Alfian Bagus. 2015. Analisis Swot Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran (StudiKasus :pada perusahaan trading PT. PTG). Diakses tanggal 27 Februari 2018 pada Jurnal RATIH Vol.1, No.2, ISSN 2407-8670. <https://ejournal.unugha.ac.id/index.php/ratih/article/view/54/32>
- Hatim, Muhammad Fadlydkk.2017. Kajian Daya Dukung Pasar Tradisional Kabupaten Halmahera Utara. Diakses tanggal 20 februari 2018 pada Jurnal Spasial Vol.4 No.3. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/spasial/article/view/18296>

- Huda, Ni'Matul, 2012, Hukum Pemerintah Daerah, Bandung, Nusa Media.
- Izadi, GhozieGholib. 2017. Strategi Meningkatkan Ketertiban Berlalu Lintas pada Kalangan Pelajar Remaja (Studi pada Unit Dikyasa Satuan Lalu Lintas Polresta Bandar Lampung). Diakses tanggal 20 Februari 2018 pada Unila .ac.id.
[http://digilib.unila.ac.id/29136/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMB
 AHASAN.pdf](http://digilib.unila.ac.id/29136/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMB%20AHASAN.pdf)
- Kuncoro, Mudradjad. 2008. Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Tradisional. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Magsaba. 2013. Perubahan Teknologi Tradisional Menjadi Teknologi Modern dalam Pertanian Sawah Padi di Kabupaten Gowa. Diakses tanggal 21 Februari 2018 pada Jurnal Walasaji, Vol. 4, No.2, ISSN: 1907-3038.
<http://www.jurnalwalasuji.net/index.php/walasuji/article/viewFile/45/83>
- Moleong, Lexy J. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Natsir, Sitti Rahma. 2015. Strategi Peningkatan Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB) di Kota Palopo. Diakses tanggal 4 Februari 2018 pada repository.unhas.ac.id.
http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/14845/SKRIPSI%20LENGKAP_SITTI%20RAHMA%20NATSIR.pdf?sequence=1
- Nurhayati.2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur di Pasar Tradisional Kabupaten Majalengka. Diakses tanggal 20 Februari 2018 pada UMY Repository.
<http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/10569>
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun2007 Tentang Pembangunan, Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional
- Putri, Andi Pratiwi Yasni. 2017. Pembagian Urusan Pemerintahan Konkuren antara Pemerintah Provinsi dan Pemerintahan Kabupaten/Kota di Bidang Pendidikan, Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Ramadhan, Ahmad. 2017. Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran (StudiMcDonald's Ring Road). Diakses tanggal 12 Maret 2018 pada Jurnal Portal Garuda.
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=110821&val=4133>
- Rangkuti, Freddy, 2014, Analisis SWOT.Cetakan kedelapan belas. Jakarta :Gramedia Pustaka Utama.

Rusham. 2016. Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional di Kabupaten Bekasi. Diakses tanggal 9 Maret 2018. Pada Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Dan Kewirausahaan "Optimal", VOL.10, NO. 2 September. <https://media.neliti.com/media/publications/154535-ID-analisis-dampak-pertumbuhan-pasar-modere.pdf>

Salusu, J. 2006. Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Samsuriyadi. 2017. Strategi Pemerintah Kabupaten Bintan dalam Meraih Penghargaan Piala Adipura Tahun 2015. Diakses pada tanggal 20 Februari 2018 pada Universitas Maritim Raja Ali Haji: E-Jurnal. http://jurnal.umrah.ac.id/wp-content/uploads/gravity_forms/1ec61c9cb232a03a96d0947c6478e525e/2017/02/E-Jurnal.pdf

Sedarmayanti. 2014. Manajemen Strategi, Bandung : PT. Refika Aditama B.

Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta.

_____. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

_____. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV

Suryatama, Erwin, 2014. Analisis SWOT. Cetakan pertama. Surabaya : Kata Pena.

TribunTimur. 2018. Aktivitas Pasar Balang-balang Bikin Jl Poros Malino Padat. Diakses tanggal 21 Februari 2018. <http://makassar.tribunnews.com/2015/06/14/aktivitas-pasar-balang-balang-bikin-jl-poros-malino-padat>

Undang- Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah

LAMPIRAN



Kondisi Pasar Balang-Balang Kabupaten Gowa Saat Ramai (Hari Pasar)



Kondisi Pasar Balang-Balang Kabupaten Gowa Saat Sepi

